

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА»**

(на матеріалах підприємства ПрАТ «Чумак», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 4м групи
Спеціальність 073 “Менеджмент ”
спеціалізації “Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності ”

Гребенюк
Юлія
Василівна

Науковий керівник
канд. економ. наук,
старший викладач

Пугачевська
Катерина
Сергіївна

Гарант освітньої програми
д.-р економ. наук,
доцент

Студінська
Галина
Яківна

Київ 2018
АНОТАЦІЯ

Гребенюк Юлія Василівна

Оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 “Менеджмент”, спеціалізації «Менеджмент ЗЕД». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто сутність і особливості міжнародної конкурентоспроможності підприємства, наведено підходи до управління та методологічні засади оцінки міжнародної конкурентоспроможності, розглянуто та проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Чумак», проведено оцінку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та оцінено міжнародну конкурентоспроможність ПрАТ «Чумак», визначено резерви підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак», запропоновано комплекс заходів щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможністю та надано прогностичну оцінку ефективності запропонованих заходів на середньострокову перспективу.

Ключові слова: конкурентоспроможність, міжнародна конкурентоспроможність, управління міжнародною конкурентоспроможністю, зовнішньоекономічна діяльність.

SUMMARY

Hrebeniuk Yuliia

Assessment of the international competitiveness of the enterprise

Final qualifying work for obtaining the degree of Master of specialty 073"Management" specialization "Management of FEA". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

In the final qualification work the essence and peculiarities of the international competitiveness of the enterprise are considered, the approaches to management and methodological principles of international competitiveness assessment are presented, the indicators of financial and economic activity of PJSC "Chumak" are analyzed, the foreign economic activity of the enterprise and the international competitiveness of PJSC "Chumak" are reviewed and analyzed. The reserves of enhancement of international competitiveness of PJSC "Chumak" were determined, a set of measures was proposed for an enhancement of international competitiveness and a predictive estimation of the effectiveness of the proposed measures for the medium-term perspective.

Keywords: competitiveness, international competitiveness, international competitiveness management, foreign economic activity.

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
«ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА»

(на матеріалах підприємства ПрАТ «Чумак», м. Київ)

Студентки 2 курсу 4м групи
Спеціальності 073 «Менеджмент»
Спеціалізації
«Менеджмент ЗЕД»

Гребенюк
Юлії Василівни

Науковий керівник
канд. екон. наук
старший викладач

Пугачевська
Катерина Сергіївна

Гарант освітньої
програми
д.-р екон. наук, доц.

Студінська
Галина Яківна

Київ 2018

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури. Матеріали дослідження представлено на 133 аркушах, у 40 таблицях, на 13 рисунках та у 2 додатках на 28 аркушах. Список використаних джерел містить 71 найменування.

Об'єктом дослідження є процес оцінки та управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств в умовах посилення конкурентної боротьби.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні аспекти процесу оцінки та забезпечення міжнародної конкурентоспроможності.

Метою роботи є узагальнення теоретичних підходів до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств та розробку напрямів підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Теоретичну основу роботи складає система загальнонаукових і спеціальних методів, що дозволяють вирішувати проблемні наукові завдання. В ході написання роботи використовувались методи аксіоматичний (опора на існуючі загальнотеоретичні положення); методи теоретичного пізнання (характеристика сутності та основних принципів досягнення підприємствами міжнародної конкурентоспроможності); аналізу і синтезу (дослідження факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на); порівняння і узагальнення (аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства); методи економічного прогнозування (здійснення оцінки ефективності заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства).

У вступі відображено актуальність та рівень дослідженості теми. Також визначено мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження; наведено методи дослідження, які були використані в роботі; вказано інформаційну базу та структуру роботи.

У першому розділі «Теоретичні засади оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства» розглядаються сутність і особливості міжнародної конкурентоспроможності підприємства, наведено підходи до управління та методологічні засади оцінки міжнародної конкурентоспроможності.

У другому розділі «Оцінка міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»» розглядаються та аналізуються показники фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Чумак», проводиться оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства та оцінка міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».

У третьому розділі «Шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»» визначаються резерви підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак», запропоновано комплекс заходів щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможності та розраховано прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів на середньострокову перспективу.

Висновки та пропозиції містять узагальнюючі результати аналізу об'єкта дослідження та уточнюють напрями удосконалення управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Сутність та структура поняття міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	6
1.2. Підходи до управління міжнародною конкурентоспроможністю.....	14
1.3. Методологічні засади оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	22
Висновки до розділу 1.....	33
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЧУМАК».....	35
2.1. Аналіз фінансово - господарської діяльності ПрАТ «Чумак».....	35
2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Чумак».....	46
2.3. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».....	57
Висновки до розділу 2.....	66
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЧУМАК».....	68
3.1. Резерви підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».....	68
3.2. Розробка комплексу заходів підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».....	76
3.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів на ПрАТ «Чумак».....	84
Висновки до розділу 3.....	93
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97
ДОДАТКИ.....	106

ВСТУП

Актуальність дослідження. Підвищення конкурентоспроможності організації – запорука підвищення конкурентоспроможності країни. У поняття конкурентоспроможності підприємства вкладається її здатність випускати конкурентоспроможну на конкретному ринку продукцію. На сучасному етапі економічного розвитку країни проблема конкурентоспроможності займає важливу роль в економічній політиці держави. Створення конкурентних переваг стає стратегічним напрямком діяльності держави та її органів, у сфері забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. При цьому підвищення конкурентоспроможності стосується всіх рівнів її ієрархії: продукції (товарів і послуг), підприємства, галузі, регіону і країни в цілому, але особливої важливості набуває конкурентоспроможність підприємства як головної ланки економіки країни. Незважаючи на велику кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, все ж основним і визначальним з них залишається його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію і створювати умови для її збуту на ринку.

Саме конкурентна стратегія встановлює напрямок діяльності підприємства у визначенні типу конкурентної переваги і формування ресурсного потенціалу його реалізації. При цьому кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дозволяє цілеспрямовано формувати і розподіляти свій ресурсний потенціал і таким чином забезпечувати його конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність підприємств є базовою осередком національної конкурентоспроможності в частині економічної складової. Справжній успіх підприємства визначається його перевагою над конкурентами за основними параметрами конкурентоспроможності -

якістю та ціною. При управлінні конкурентоспроможністю продукції необхідно враховувати як фактори, що впливають на фінансово-економічну стійкість підприємства, так в цілому – ефективний і сталий розвиток підприємства, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності продукції.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є одним з найважливіших завдань підприємства, що включає в себе комплекс управління по головним функціоналам підприємства, як якість продукції, технології виробництва, ціна та ціноутворення, персонал.

Вагомий внесок у дослідження оцінки міжнародної конкуренції зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені зарубіжні, як І. Ансофф, І. Бураковський, О. Віханського, А. Воронкової, А. Гальчинський, В. Гейця, І. Герчикової, В. Горєлової, А. Градова, В. Диканя, М. Єрмошенка, П. Зав'ялова, А. Кінах, Ф. Котлера, І. Крючкової, Т. Мельник, В. Мунтіян, А. Наумова, О. Пешкової, В. Пономаренко, М. Портера, В. Семиноженка, В. Сіденка, І. Стародубровської, Р. Тихонова, Т. Харченка, Р. Фатхутдінова, О. Чернеги, А. Юданова, Т. Шинкоренко, О. Шнипко та ін. Але на сьогоднішній день питання управління конкурентоспроможності достеменно не досліджено. Важливі аспекти діяльності підприємства такі, як утворення організаційно-економічних структур, створення та забезпечення конкурентних переваг підприємств, оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства і інші аспекти потребують подальшого дослідження.

Метою роботи є узагальнення теоретичних підходів до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств та розробку напрямів підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні *завдання*:

- розкрити сутність та структуру поняття конкурентоспроможність підприємства;
- дослідити підходи до управління міжнародної конкурентоспроможності товаровиробників;
- розглянути методичні засади оцінки рівня конкурентоспроможності;
- здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «ЧУМАК»;
- провести аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Чумак»;
- надати оцінку міжнародній конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»;
- дослідити резерви підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»;
- розробити комплекс заходів підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»;
- надати прогностичну оцінку ефективності запропонованих заходів підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».

Об'єктом дослідження є процес оцінки та управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств в умовах посилення конкурентної боротьби.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні аспекти процесу оцінки та забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Для виконання поставлених завдань було використано наступні *методи досліджень*: аксіоматичний (опора на існуючі загальнотеоретичні положення); методи теоретичного пізнання (характеристика сутності та основних принципів досягнення підприємствами міжнародної конкурентоспроможності); аналізу і синтезу (дослідження факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на); порівняння і узагальнення (аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства);

методи економічного прогнозування (здійснення оцінки ефективності заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства).

Інформаційна база дослідження представлена нормативно-правовими актами, матеріалами навчальних посібників та підручників, наукових статей, статистичними даними та матеріалами періодичних видань та Інтернет-джерел, а також даними бухгалтерської і статистичної звітності досліджуваного підприємства.

Практичне значення отриманих результатів випускної кваліфікаційної роботи полягає у тому, що запропоновані заходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому можуть мати практичне значення у діяльності підприємства.

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури. Матеріали дослідження представлено на 133 аркушах, у 40 таблицях, на 13 рисунках та у 2 додатках. Список використаних джерел містить 71 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та структура поняття міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є одним з найважливіших завдань підприємства, що включає в себе комплекс заходів з управління по ключовим аспектам діяльності підприємства, таких як якість продукції, технології виробництва, ціна та ціноутворення, персонал.

Рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства значною мірою залежить від конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому ринку.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це потенціал підприємства успішно працювати на зовнішньому ринку при успішних фінансово-економічних показниках [2, с.3-4].

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість підприємства витримувати конкурентну боротьбу на ринку протягом визначеного часу. Наявність конкурентних переваг в підприємства є основоположною характеристикою для конкурентоспроможності.

Міжнародна конкурентоспроможність значною мірою визначається рівнем міжнародної конкуренції, під яким розуміють це вид суперництва на міжнародному ринку робіт, товарів та послуг, який виникає у процесі взаємодії між собою суб'єктів діяльності на відповідному ринку. Основоположною характеристикою для виникнення міжнародної конкуренції є наявність конкурентних переваг у підприємств, які конкурують на даному ринку.

Поняття конкурентоспроможності є досить складним та багатограним, а відтак, вітчизняні та зарубіжні науковці по-різному підходять до його трактування, про що свідчать дані табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення сутності конкурентоспроможності

Автори та наукові джерела	Визначення
Інститут менеджменту і розвитку	Конкурентоспроможність – наявна і перспективна можливість підприємства моделювати, виробляти та продавати товари, за цінами привабливішими, ніж у конкурентів на аналогічні товари.
Всесвітній економічний форум	Конкурентоспроможність – це спроможність країни мати флагманські показники зайнятості та зростання за значний період часу.
Портер М.	Конкурентоспроможність – це особливість товару, послуги, підприємства мати однакові чи кращі позиції, в порівнянні з аналогічними товарами, послугами чи підприємствами. При оціненні даної переваги виділяють високу, середню та низьку конкурентоспроможність.
Фатхутдинов Р.	Конкурентоспроможність – характеристика об'єкта, яка визначається рівнем задоволення виникаючих потреб на ринку, в порівнянні з діючими підприємствами на ринку. Конкурентоспроможність вимірює здатність підприємства витримувати конкурентну боротьбу на діючому ринку.
Лифиц І.	Конкурентоспроможність – це особливість товару робіт чи послуг бути актуальними на ринку в заданий період часу.
Гальчинський А., Геєць В., Кінах А., Семиноженко В.	Конкурентоспроможність – це здатність національної економіки виробляти і споживати товари й послуги в умовах конкуренції з товарами і послугами, виробленими в інтересах інших країн, при цьому результатом конкуренції повинно бути зростання рівня життя населення при дотриманні міжнародних економічних стандартів
Пастернак-Таранушенко Г., Рожок В.	Конкурентоспроможність – міра здатності людини, спеціаліста, товару, послуги, підприємства, країни брати участь у конкурентній боротьбі. Конкурентоспроможність – змога товарів, робіт, послуг, суб'єктів господарювання змагатися в конкурентній боротьбі.
Харченко Т.	Конкурентоспроможність як обумовлене економічними, соціальними та політичними факторами становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Джерело: складено автором на основі [12, с.71]

М. Портер здійснив значний вклад у вивчення теоретичної частини конкурентоспроможності, конкуренції та конкурентних переваг та під поняттям конкурентоспроможності розумів, певну ознаку товару, робіт,

послуг чи підприємства мати ринкові позиції, не гірші, чим у діючих суб'єктів на відповідному ринку [68, с. 588].

Концепція конкурентоспроможності базується на теорії порівняльних переваг, яка полягає у тому, що країни експортують товари, які мають конкурентні переваги на міжнародному ринку та, навпаки, імпортують товари, які виробляти в даній країні не є економічно вигідно. Конкуренція виникає у зв'язку з наявністю особливостей у підприємств, конкурентних переваг, при вдосконаленні переваг підприємства здатні конкурувати не тільки в межах даної країни, але й на міжнародному ринку.

Фактори міжнародної конкурентоспроможності – це безпосередня причина міжнародної конкурентоспроможності, яка має вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства та формує його конкурентну позицію на ринку. Їх прийнято класифікувати на внутрішні та зовнішні (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Зовнішні	Внутрішні
Рівень конкурентоспроможності країни, галузі, регіону.	Структурні (організаційна структура підприємства, місія організації, персонал, спеціалізація та концентрація виробництва та ін.).
Правове регулювання функціонування економіки країни і регіонів	Ресурсні (постачальники, оптимізація ефективності використання ресурсів та ін.)
Національна система стандартизації і сертифікації.	Технічні (обладнання, технології виробництва, якість продукції та ін.)
Рівень інтеграції всередині країни і в межах світового співтовариства	Управлінські (кваліфікація, досвід персоналу; функціонування системи управління якістю в організації, функціонування системи менеджменту підприємства та ін.)
Податкові ставки в країні і регіонах	Ринкові (система стимулювання збуту і післяпродажного обслуговування, позиції компанії на ринку діяльності, політика ціноутворення і ринкової інфраструктури, конкурентоспроможність каналів розподілу товарів та ін.)
Система підготовки і перепідготовки управлінських кадрів в країні	Ефективність функціонування організації (показники доходності, фінансова стійкість підприємства, інтенсивність використання капіталу та ін.)

Джерело: складено автором на основі [35]

Конкурентоспроможність підприємства слід розглядати у ієрархії рівнів конкурентоспроможності (рис. 1.1). На рівні підприємства поняття конкурентоспроможності є найбільш досліджуваним у науковому колі.

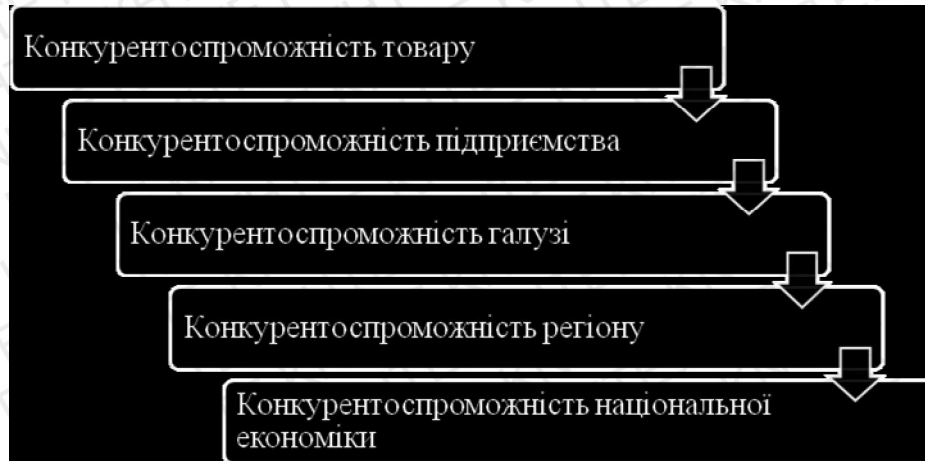


Рис. 1.1. Місце конкурентоспроможності підприємства в ієрархії управління міжнародною конкурентоспроможністю

Джерело: складено автором на основі джерела [33]

Таким чином, міжнародна конкурентоспроможність може формуватись і оцінюватись на наступних рівнях:

1. Мікрорівень – на даному рівні визначається конкурентоспроможність підприємства, за допомогою таких показників, як прибутковість, рентабельність, ліквідність та ін. На аналіз конкурентоспроможності підприємства на даному рівні також впливає якість продукції, технології виробництва, якість управлінського управління, ступінь задоволеності споживача та інші.
2. Мезорівень – на цьому рівні визначають конкурентоспроможність відповідних галузей економіки, за допомогою торгівельних показників й середніх показників діяльності підприємств даної галузі.
3. Макрорівень – визначається конкурентоспроможність країни, за допомогою різних макроекономічних показників, таких як ВВП на душу населення, темп інфляції, сальдо торгівельного балансу.

Рівень конкурентоспроможності, що здатний забезпечити життєздатність підприємства є об'єктом управління

конкурентоспроможності підприємства, а його суб'єктами є особи, які реалізують мету управління конкурентоспроможності, зокрема власник підприємства, топ-менеджмент підприємства, менеджери середньої ланки, операційних підрозділів, менеджери-аналітики консалтингових фірм, державні управлінські структури й органи, повноваження яких визначенні регулюючими нормативними документами [4, с.21-22].

Конкурентна перевага – це економічна категорія, що означає наявність у економічного суб'єкта унікальних характеристик, що вигідно відрізняють даний економічний суб'єкт від інших аналогічних суб'єктів на ринку. [45, с.21-22].

Конкурентні переваги поділяються на зовнішні та внутрішні. Внутрішні – це безпосередня діяльність підприємства, технологія виробництва продукції, організація праці. Зовнішні – являються перевагами, якими підприємство може задовільнити краще потреб споживачів та здатне забезпечити стійкі конкурентні позиції.

З метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку враховують внутрішні можливості з урахуванням ринкових можливостей функціонування. З цією метою розробляють стратегії забезпечення конкурентоспроможності на нових ринках. Цей процес включає наступні етапи:

1. Проводиться комплексний аналіз діяльності, через оцінку фінансово-економічного стану, з метою виявлення внутрішніх можливостей підприємства.
2. Проводиться аналіз зовнішнього середовища, що включає оцінку конкурентів, споживачів і постачальників.
3. Досліджується новий ринок збуту зазвичай такими методами: матриця BCG – аналізується частка ринку, темпи зростання компанії та відношення досліджуваної фірми до існуючих на ринку; матриця GE – досліджуються темпи зростання та об'єми ринку; ADL – аналіз життєвого циклу компанії та конкурентних позицій.

Після етапів аналізу формується та обирається стратегія конкурентоспроможності підприємства на нових ринках. В подальшому розвитку економічного становища стратегія піддається коригуванню [3, с. 65-66].

Стратегія конкурентоспроможності — це план управління окремою сферою діяльності організації для завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій. [33, с. 14-16].

Класифікація стратегій міжнародної конкурентоспроможності наведена у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Стратегія формування конкурентних переваг	Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства	Стратегія конкурентної поведінки
Стратегія контролю над витратами.	Товарно-ринкова стратегія	Наступальна стратегія
Стратегія диференціації	Ресурсно-ринкова стратегія	Захисна стратегія
Стратегія фокусування	Технологічна стратегія	Коопераційна стратегія
	Соціальна стратегія	Конкурентна стратегія
	Фінансово-інвестиційна стратегія	
	Інтеграційна стратегія	
	Управлінська стратегія	

Джерело: складено автором на основі джерела [7, с. 69-71]

Стратегія зниження собівартості спрямовується на масове виробництво стандартизованої продукції, для зменшення питомих витрат і є більш ефективною, ніж випуск малих партій різної продукції. Головним мотивом використання даної стратегії – це орієнтація на споживача для якого ціна є визначним фактором та економія на масштаб виробництва. Стратегія фокусування – націлена на забезпечення конкурентних переваг. Головною ціллю стратегії розширення ринку є задоволення виникаючих потреб ринку, шляхом розширення бізнесу на інші сфери діяльності. Стратегія диференціювання продукту полягає в тому, що виробляється спеціальна модифікація виробу.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності є повноцінною програмою підприємства, що включає довгострокові цілі усіх головних напрямів та підрозділів діяльності підприємства, з метою підвищення їх конкурентного потенціалу [7, с.69-71].

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства складається з таких елементів [2, с. 35-38]:

- товарно-ринкова стратегія – головною метою якої є забезпечення питання номенклатури та асортименту продукції, ступінь їх оновлення, масштаби виробництва, якість продукції, просування та ціноутворення;
- ресурсно-ринкова стратегія забезпечує питання обсягів ресурсних запасів та їх якості;
- технологічна стратегія – метою, якої є забезпечення питань пов'язаних з характер технології, ступінь стабільності технології та оновлення технологій;
- інтеграційна стратегія – спрямовується на вибір найбільш вигідної інтеграції, якщо це необхідно (вертикальна, горизонтальна та діагональна інтеграція);
- інвестиційно-фінансова стратегія – має на меті забезпечення таких питань, як залучення зовнішніх фінансових ресурсів, повернення залучених коштів, інвестування власних коштів;
- соціальна стратегія – забезпечує рішення за такими напрямками, як чисельність працівників та, взаємозамінність, диференціація, ступінь та соціальний тип колективу;
- управлінська стратегія – вирішує питання обрання типу управління, організаційної структури та управлінської структура.

Головною ціллю активної наступальної стратегії є стати лідером, головним підприємством в діючій галузі. Використання оборонної стратегії має на меті збереження вже існуючих позицій компанії. Запровадження захисної стратегії на підприємстві відбувається з метою

попередження банкрутства, здебільшого запроваджується у формі короткострокових тактичних дій. Коопераційна стратегія полягає в тому, що задля підвищення конкурентоспроможності підприємства запроваджується співпраця з іншими діючими в галузі підприємствами. Корпоративна, загальна або ж портфельна стратегія є головною на підприємстві.

Головою метою тактичного управління є утворення конкурентних переваг організації на даному ринку. Воно поєднує методи, прийоми і види конкурентної боротьби, що формує підприємство для реалізації своєї конкурентної стратегії. Під час тактичного управління конкурентоспроможністю порівнюються показники діяльності даного підприємства з показниками підприємств конкурентів.

Тактичні завдання є підцілями головної стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, її інструментом. Адже, від результатів тактичного управління позиції компанії у короткостроковому періоді, що є важливим показником для забезпечення стратегічних цілей.

Тактичними цілями забезпечення конкурентних переваг підприємств є [5, с. 344-351]:

- посилення конкурентних переваг і аналіз слабких сторін конкурентів;
- отримання або захоплення певної конкурентної позиції на ринку й її подальше збереження за собою;
- використання конкурентного досвіду з метою отримання конкурентних переваг у ринковій боротьбі;
- збільшення ресурсного потенціалу і його ефективне використання;
- використання конкурентного потенціалу з метою ослаблення конкурентних позицій суперників;
- використання конкурентного потенціалу для створення та просування бізнес ідей.

Отже, питання міжнародної конкурентоспроможності підприємства є досить складним, яке досліджувало чимало вітчизняних та зарубіжних науковців. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість підприємства витримувати конкурентну боротьбу на ринку протягом визначеного часу.

1.2. Підходи до управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

Чимало дослідників вивчало питання управління конкурентоспроможності підприємства, в роботах вони зосереджували здебільшого увагу на понятті управління конкурентоспроможністю та розробку методів розрахунку рівня конкурентоспроможності на підприємствах.

Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою сукупність заходів, розроблених в процесі розробки, виробництва, збуту та після продажного обслуговування продукції в цілях забезпечення необхідної її якості та рівня конкурентоспроможності, а також вплив на основні показники діяльності підприємства.

Під управлінням міжнародною конкурентоспроможністю слід розуміти застосування комплексу заходів, які спрямованих на подолання негативних наслідків та досягнення певного рівня конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства – це особлива поліфункціональна система, яка складається з групи взаємопов'язаних елементів (рис 1.2). Дана система сукупності елементів є загальною і не включає усіх можливих вузькоспеціалізованих економічних, організаційних та технологічних методів підвищення

конкурентоспроможності підприємства. Проте за допомогою такої системи можна здійснювати аналіз чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства [39].

Характеризуючи процес управління конкурентоспроможністю, потрібно відмітити, що головною ціллю управління є досягнення оптимального співвідношення між якістю продукції та витратами виробництва.



Рис. 1.2. Елементи системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: складено автором на основі джерела [67]

Управління міжнародною конкурентоспроможністю здійснюється в наступні етапи:

1. Дослідження конкурентного середовища на міжнародному ринку.
2. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства та його головних показників і продукції відносно діючих підприємств на ринку.
3. Визначення стратегії та місії для управління міжнародною конкурентоспроможністю.

4. Реалізація стратегій управління міжнародною конкурентоспроможністю. На даному етапі йде процес виконання запланованих завдань.

5. Проведення оцінки реалізації стратегії та контроль за досягненням поставлених цілей [3, с. 77-78].

Існує безліч наукових підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства (рис.1.3):

Комплексний
Функціональний
Відтворювальний
Маркетинговий
Інтеграційний
Системний
Інноваційний
Глобальний
Ексклюзивний
Процесний
Структурний
Ситуаційний

Рис. 1.3. Підходи до управління конкурентоспроможністю [4]

Джерело: складено автором на основі джерела [33]

1. При застосуванні комплексного (міждисциплінарного) підходу повинні враховуватися технічні, екологічні, економічні, організаційні, соціальні, психологічні аспекти управління та їх взаємозв'язку. У разі надання одному з аспектів управління меншого значення, проблема не буде вирішена повністю [15, с. 130]. Комплексний підхід ґрунтується в загальному рахуванні багатьох складових управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: технічних, інформаційних, екологічних, економічних, психологічних, організаційних та інших.

2. При функціональному підході, потреба розглядається як сукупність функцій, які потрібно задовольняти для її виконання. Коли відбулося визначення головних функцій, створюються кілька

альтернативних об'єктів для виконання цих функцій і вибирається той, що вимагає мінімуму сукупних витрат за життєвий цикл об'єкта на одиницю його корисного ефекту. Підхід втілюється у функціонально-вартісному аналізі.

3. Відтворювальний підхід полягає в тому, що потрібно проводити відтворення виробництва товарів, з метою задоволення потреб певного ринку з найменшими сукупними витратами на одиницю корисного ефекту у порівнянні з найкращим подібним товаром на даному ринку.

Відтворювальний підхід складається з окремих елементів (рис.1.4).

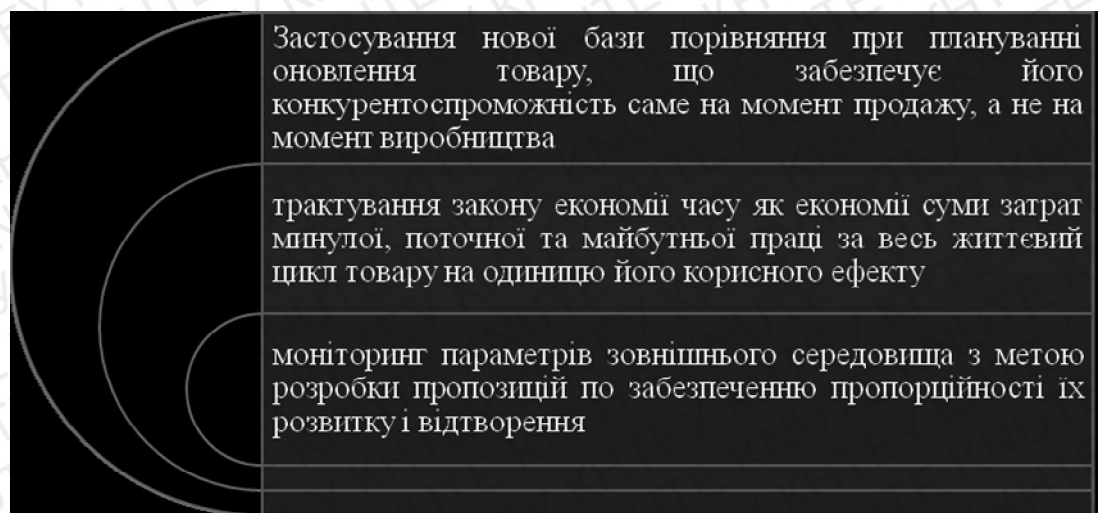


Рис. 1.4 Складові інноваційного підходу до управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [27]

Джерело: складено автором на основі джерела [43]

4. Маркетинговий підхід полягає в тому, що перш за все відбувається орієнтація на споживача при вирішенні будь-яких завдань. При цьому підході маркетинг відноситься до основоположної функції, головним завданням якого є розробка стратегій товарів та послуг, показників конкурентоспроможності, використання різних форм збуту товарів, використання концепцій маркетингу, в залежності від стадій життєвого циклу товару, використання маркетингу та реклами. У разі застосування маркетингового підходу головними пріоритетами вибору принципів управління будуть: покращення якості товарів, робіт та послуг у

відповідності до очікування споживача; зменшення витрат на виробництво за рахунок ефекту масштабу [11, с. 136].

5. Інтеграційний підхід полягає в тому, що використовуються та підсилюються взаємозв'язки між різними підсистемами та елементами ключовими показниками міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

6. Системний підхід полягає в розгляді об'єктів як багатокomпонентних систем, що являють сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих компонентів, що впливають на функціонування та використання об'єкта. Необхідність застосування системного підходу при вивченні об'єктів, що складаються з різних взаємозв'язаних частин, обумовлена тією обставиною, що в таких об'єктах проявляється принцип, відповідно до якого, сукупний об'єкт має ті якості, які не властивими кожному зі складових його елементів, що розглядаються окремо, ізольовано один від друга.

7. Сутність інноваційного підходу до управління проявляється в орієнтації розвитку виробництва на активізацію інноваційної діяльності, в області базових наукомістких технологій, які є основоположними розвитку виробничої системи. Фактори виробництва та інвестиції повинні бути засобами науково-обґрунтованої інноваційної політики [13, с. 128].

8. Глобальний підхід реалізується через розвиток нових інформаційних технологій, які значно вплинули на спрощення міжнародної інтеграції та кооперації. У зв'язку з цим, рішення більшості управлінських проблем має відповідати вимогам системності, логічності, комплексності в рамках світового співтовариства. Глобальний підхід найчастіше використовується при вирішенні питань міжнародної стандартизації, метрології та сертифікації [21, с. 134].

9. При використанні ексклюзивного підходу суб'єкт управління являється власником виняткового права на користування на свій розсуд нововведенням в будь-якій області діяльності або конкурентною

перевагою. Об'єктом для реалізації ексклюзивного підходу є: конкурентний персонал, патент, торговельна марка, нові інформаційні технології. Ексклюзивна цінність може бути сформована за рахунок застосування сучасних наукових підходів, методів та технологій управління різними об'єктами [13, с. 139].

10. При процесному підході всі основоположні функції управління розглядаються як взаємозалежні. Виділяють 4 головні функції управління: планування, організація, мотивація та контроль.

Планування - це функція управління, яка аналізує стан зовнішнього та внутрішнього середовища; прогнозує та оцінює варіанти досягнення поставлених цілей та їх альтернативи.

Організація – це функція управління, яка відповідно до функції планування є продовженням та має на меті організацію комплексу заходів, щодо реалізації поставлених планів, встановлення організації взаємодії та узгодженості роботи основних компонентів системи.

Контроль – функція, головною метою якої є виявлення відхилень від запланованих показників та поставлених цілей.

Мотивація - процес заохочення себе та інших до діяльності для досягнення цілей фірми. [18, с. 141].

11. Мета структурного підходу є встановлення раціональності співвідношення та підвищення розподілу ресурсів. Перед використанням структурного підходу, проводиться структуризація проблеми, виявляються елементи, що дану структуру утворюють [19, с. 15].

12. Ситуаційний підхід полягає в тому, що застосування різних методів управління конкретизується при певній ситуації. Оскільки кількість факторів, які мають вплив на підприємство, велике, то не існує єдиного способу, що може найкращим чином управляти об'єктом. Найефективнішим у конкретній ситуації є метод, який, більш за все, відповідає даній ситуації [15, с. 47].

Кожен з описаних підходів має свої переваги та недоліки, наведені у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Переваги та недоліки підходів до управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

Назва підходу	Переваги	Недоліки
Системний	Розглядається внутрішнє і зовнішнє оточення системи, а також розгляд не тільки окремих елементів системи, а й зв'язків між ними.	Складність впровадження та виконання заходів даного підходу, через особливості систем, і мінливість навколишнього середовища впливає на зовнішнє середовище системи.
Інноваційний	Розвиток інноваційних галузей, підвищення продуктивності праці, зниження собівартості продукції і підвищення її якості, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності даної продукції.	Не у всіх сферах діяльності його можна впровадити. Також можна виділити, що використання даного методу може привести до великих матеріальних втрат і скорочення персоналу.
Комплексний	Врахування екологічного і соціального аспектів при вирішенні проблеми. Дані аспекти не враховуються в більшості підходів.	Складність застосування через необхідність враховувати безліч аспектів, а пропуск одного з них може привести до неправильного рішення.
Глобальний	Скорочення часу укладання договорів і сприяє створенню міжнародних корпорацій і організацій.	Складність огляду діяльності системи, так як він повинен провадитися над глобальною системою, а не на рівні де знаходиться аналізований об'єкт
Маркетинговий	Облік потреб споживачів; комплексне дослідження та прогнозування стратегічних потреб, цінностей, параметрів ринку, можливостей виробництва.	Складність прогнозування потреб споживачів через швидку зміну економічної ситуації.
Процесний	Результати одного процесу впливають на інші процеси; процесний підхід об'єднує всі головні напрямки діяльності і дає загальні цінності діяльності.	Складність реалізації процесного підходу, що проявляється в необхідності документального оформлення кожного процесу та регламентація управління..
Ситуаційний підхід	Індивідуальний підхід до будь-якої ситуації, що склалася, що призводить до більш ефективного вирішення	Складність вироблення постійно нових способів вирішення проблеми, що склалася

Джерело: розроблено автором [55]

Найпопулярніший підхід при управлінні конкурентоспроможністю – системний, за допомогою якого система управління всебічно: цілком та також оцінюються конкурентні переваги. При даному підході досліджується ситуація як в рамках одної системи, де визначається причина проблем, досліджуються взаємозв'язки та процеси в системі управління діяльністю підприємством. Безперечною перевагою системного підходу є спрямування на слабо структуровані проблеми, пошук оптимального варіанта їх вирішення.

При виборі підходу до управління найкоректніше обирати підхід, який буде релевантний відповідно до поставленої задачі, цілей та мети підприємства.

Аналізуючи наукові підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства, слід відзначити [14, с. 23]:

1. Підприємство розглядається як система взаємопов'язаних елементів, що мають зв'язок зі зовнішнім середовищем. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства використовується саме ті методи, процеси та способи управління, які мають найбільший вплив даний відрізок часу та в даній ситуації.
2. Встановлюються цілі відповідно до яких буде раціональний розподіл ресурсів, для активізації науково обґрунтованої інноваційної діяльності. Наявність у підприємства ексклюзивних конкурентних переваг, що мають змогу задовольнити потреби споживача, за умов покращення якості товарів, робіт та послуг, набуття нових конкурентних переваг.
3. Підприємству необхідно збільшувати обсяги виробництва за рахунок зниження сукупних витрат та при підвищенні ефективності людського капіталу.
4. При управлінні підприємством слід брати до уваги головні вимогам кожного підходу: ознаці нормативного підходу (перспективності та обґрунтованості, комплексності, ефективності); виконання безперервних взаємозалежних дій з стратегічного маркетингу,

постановки цілей, планування, організації процесів, аналізу і контролю, мотивації, регулювання (ознака прецесійного підходу), в тому числі при використанні кількісних оцінок (ознака оптимізаційного підходу).

Також виділяють додаткові підходи до управління, з метою розгляду усіх аспектів діяльності підприємства, а саме процесів виробництва, забезпеченості матеріальною базою, збуту, які більше за інші впливають на покращення результативності підприємства. [9, с. 28].

1. Виробничо-збутовий підхід, за якого спостерігається акцентування уваги управлінського апарату підприємства до ланцюга «виробник – продукція – споживач» та вдосконалення процесів виробництва товарів, забезпечення ефективних ліній збуту;

2. Ресурсний, відповідно до якого зосередження уваги керівництва здійснюється на раціоналізації процесу забезпечення ресурсами кожного з етапів виробничої системи «вхід – процес – вихід». Важливим є розрахунок мінімального обсягу ресурсів, який забезпечує максимальний обсяг виробленої продукції.

Таким чином, кожний з вище наведених підходів не дозволяє розробити стратегію управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки один підхід за своєю сутністю та своїм змістом та напрямком впливу є доповненням до іншого, тільки коли підходи використовуються комплексно, уникаючи ухилень, прорахунків, помилок і нехтувань можливо досягти лідерських позицій на ринку та здобути позитивний фінансовий результат, покращити якісні і кількісні параметри продукції; своєчасно оновлювати товари та вилучати економічно неефективні товари із збутової програми підприємства; регулярно удосконалювати системи сервісного обслуговування товарів та системи стимулювання збуту в цілому; ретельно та постійно здійснювати моніторинг продукції конкурентів та комплекс їх маркетингових дій. При виборі підходу до управління найкоректніше обирати підхід, який буде релевантний відповідно до поставленої задачі, цілей та мети підприємства.

1.3. Методологічні засади оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Головними завданнями оцінки міжнародної конкурентоспроможності є наступні:

- аналіз стану внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства, від яких залежать ринкові показники підприємства;
- визначення конкурентної стратегії та політики поведінки на зовнішніх на внутрішніх ринках;
- визначення ключових показників ефективності діяльності підприємства;
- визначення можливостей підприємства щодо підвищення рівня його міжнародної конкурентоспроможності [25, с. 37].

Використання методів управління конкурентоспроможністю мають прямий вплив на розвиток конкурентного потенціалу підприємства. Методи управління конкурентоспроможністю спрямовуються на певний визначений об'єкт управління, це може бути, як підприємство в цілому, так і окремий функціональний підрозділ, або окремі працівники.

Показники, які можуть бути використані при оцінці конкурентоспроможності компанії різні і їх набір може відрізнятися в залежності від використовуваної методики оцінки.

У сучасній науці існує шість основних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності [19, с 93].

Відповідно до першого підходу конкурентоспроможність розглядається з точки зору переваг в порівнянні з конкурентами.

Другий підхід заснований на теорії рівноваги А. Маршала відповідно до якого у виробника немає приводу для переходу в інший стан, і він досягає максимального прибутку і рівня збуту [14, с. 44].

Третій підхід полягає в оцінці конкурентоспроможності за якістю продукції на основі складання багатокутних профілів по різних характеристиках компетентності [16, с. 54].

Четвертий підхід являє собою матричну методику оцінки конкурентоспроможності, реалізується за допомогою складання матриць і попередньому виборі стратегії [15, с. 43].

П'ятий підхід структурний, відповідно до нього положення підприємства можна оцінити через такі показники як: рівень монополізації галузі, наявність бар'єрів для нових підприємств, що з'являються на ринку.

Шостий підхід функціональний, його представники визначають співвідношення між витратами і ціною, обсяги завантаження потужностей виробництва, кількість продукції, що випускається і інші показники. Відповідно до цього підходу конкурентоспроможними вважаються компанії, в яких краще налагоджено виробництво і подальша реалізація товару, більш ефективно поставлено управління фінансовими ресурсами. [14, с. 44].

Класифікувати методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна за наступними ознаками [20, с. 89].:

1. За способами оцінки: якісні, кількісні.
2. За формою представлення результату: матричні, графічні, індексні.
3. За ступенем врахування аспектів функціонування підприємства: спеціальні, комплексні.
4. За можливістю прийняття стратегічних рішень: поточні, стратегічні.
5. За напрямом формування інформаційної бази: критеріальні, експертні.
6. Залежно від об'єкта оцінки: методи оцінки конкурентоспроможності персоналу, методи оцінки

конкурентоспроможності продукції, методи оцінки конкурентоспроможності організації.

7. Залежно від конкретизованої мети оцінки: позиціонування у групі, визначення динаміки позицій у групі, визначення конкурентних переваг.

Якісні методи оцінки не мають точного математичного підходу вирахування, а ґрунтуються на частковій оцінці діяльності підприємства та не дають змоги подальшого розроблення стратегічного плану діяльності на ринку.

Кількісні методи оцінюють позиції підприємства серед фірм-конкурентів на ринку та допомагають приймати стратегічні та тактичні управлінські рішення.

За допомогою спеціальних методів оцінюють конкурентоспроможність за певним видом діяльності підприємства – виробничим, фінансовим, маркетинговим та ін.

Комплексні методи базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства [15, с 117-121].

Однією з головних особливостей оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства є важливість аналізу та синтезу інформації про стан внутрішнього та зовнішнього середовища. Чисельність чинників зовнішнього середовища характеризується складністю, тому що всі чинники безпосередньо мають вплив на підприємство. Внутрішнє середовище підприємства також є залежним від чинників, які безпосередньо впливають на нього. Тобто для оцінки міжнародної конкурентоспроможності здійснюється комплексний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, після чого визначається конкурентний статус підприємства. Відповідно до отриманої інформації обирають метод оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. [21, с 57-61]

Основні методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства наведені в табл. 1.4 [8, с.123-128].

Таблиця 1.4

**Методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності
підприємства**

Сфера дослідження	Методи аналізу
Внутрішня діяльність підприємства.	1. Оцінка фінансового стану підприємства. 2. Ліквідність 3. Рентабельність, у тому числі рентабельність головної діяльності 4. Аналіз діяльності підрозділів підприємства.
Зовнішнє середовище підприємства	Оцінка конкурентів, споживачів та постачальників.
Ринок збуту	1. Матриця BCG. 2. Ключові фактори успіху галузі. 3. Матриця Ансоффа. 4. SPACE-аналіз. 5. Матриця GE. 6. ADL – аналіз життєвого циклу компанії та конкурентних позицій.

Джерело: складено автором на основі джерела [8, с.123-128].

Графічні методи оцінки конкурентоспроможності характеризуються своєю наочністю на простоту побудови. Використовується модель «багатокутника конкурентоспроможності» та метод життєвого циклу товару. Концепція життєвого циклу – це модель реакції ринку на прийнятті рішення підприємством за певний період часу. Залежними змінними даної моделі виступають збут, покриття витрат, прибуток, а також як єдина змінна залучається час. Основним недоліком даного методу є те, що крива життєвого циклу будується без врахування зовнішніх факторів (технологічних, економічних умов та позицій конкурентів).

Матричні методи оцінки є досить простими і дають наочну інформацію. В основі методів використовуються матриці, за допомогою яких здійснюється аналіз обраних аспектів діяльності підприємства (ринкову позицію, середовище діяльності) та розробити стратегії діяльності підприємства. Окрім того вони розглядають конкуренцію в процесі розвитку і в разі наявності достовірної інформації дають

можливість здійснити досить якісний аналіз конкурентних позицій. [20, с 71-85]

Методи, що полягають у проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції, мають загальне значення щодо конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможність товару. Вважається, що чим конкурентоспроможність вище, тим вище якість товару і менше його вартість. Серед позитивних рис цих методів можна назвати: простоту і наочність проведення оцінки. Але разом з тим вони не дають повного уявлення про сильні та слабкі сторони загальної діяльності підприємства [4].

Розглянемо методи, які базуються на теорії ефективної конкуренції. Відповідно до неї найбільш конкурентоспроможними вважаються фірми, в яких найкращим чином налагоджена робота всіх підрозділів і служб. Оцінка ефективності роботи будь-якої такої структури має на увазі оцінку ефективності використання нею ресурсів. Така методика оцінювання застосовується найбільше в оцінці промислових підприємств і включає всі найважливіші оцінки господарської діяльності, виключаючи дублювання конкретних показників, дає можливість створити загальну картину конкурентного становища фірми на внутрішньому і зовнішньому ринку швидко і точно.

Найбільш комплексними є індексні методи оцінки конкурентоспроможності. При застосуванні даного методу базою для порівняння є середньо-ринкові показники, показники підприємства-лідера на ринку чи аналітична інформація оцінюваного підприємства [18, с 56-60]

Комплексні методи оцінки є найбільш фундаментальними при оцінці конкурентоспроможності підприємства, так як вони враховують всі ключові аспекти діяльності підприємства. Реалізація комплексних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства здійснюється з використанням методу інтегральної оцінки. Цей метод включає дві складові: по-перше, критерій, що характеризує ступінь задоволення потреб

споживача, по-друге, критерій ефективності виробництва. Позитивною рисою цього методу можна назвати простоту здійснюваних розрахунків і можливість однозначно інтерпретувати результати. [16, с 71-85]

Диференційований метод заснований на використанні одиничних параметрів продукції, бази порівняння та на їх співставленні. Розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності виконується за формулою:

$$q_1 = \frac{P_i}{P_{i0}} * 100\%, \quad (1.1)$$

де q_i - одиничний параметричний показник конкурентоспроможності по i -му параметру ($i = 1, 2, 3, \dots, n$);

P_i - величина i -го параметра для продукції, що аналізується;

P_{i0} - величина i -го параметра, при якому потреба задовольняється повністю;

n - кількість параметрів.

При оцінці за нормативними показниками одиничний показник приймає лише два значення - 1 або 0. При цьому якщо продукція, відповідає обов'язковим нормам та стандартам, показник дорівнює 1, коли ні - 0.

При оцінці за технічними та економічними параметрами одиничний показник може бути більшим або дорівнювати одиниці, якщо базові значення параметрів встановлені нормативно-технічною документацією, спеціальними умовами, замовленнями, угодами.

Якщо за базу оцінки приймається аналогічний товар, то розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності проводиться за формулами:

$$q_1 = \frac{P_i}{P_{i0}} * 100\% \quad (1.3)$$

$$q_1 = \frac{P_{i0}}{P_i} * 100\% \quad (1.4)$$

де q_i, q_{i0} - одиничні показники конкурентоспроможності по i -му технічному параметру.

З останніх двох формул вибирають ту, в якій зростанню одиничного показника відповідає підвищення конкурентоспроможності. Якщо технічні параметри не мають кількісної оцінки, для них використовують експертні методи оцінки в балах.

Диференціальний метод дозволяє визначити, досягнутий рівень конкурентоспроможності, за якими показниками він не досягається, які з параметрів мають найбільше відхилення від нормативних. Але вказаний метод лише констатує факт конкурентоспроможності продукції та наявності в ній недоліків у порівнянні з товаром-конкурентом. Він не враховує вплив вагомості кожного параметра на лояльність покупців при виборі товару.

Комплексний метод ґрунтується на використанні комплексних (групових, інтегральних, узагальнених) показників оцінки або на співставленні питомих корисних ефектів продукції.

1. Розрахунок групового показника за нормативними показниками здійснюється за даною формулою:

$$I_{\text{гп}} = \prod_{i=1}^n q_{ni} \quad (1.5)$$

де $I_{\text{гп}}$ - груповий показник конкурентоспроможності за нормативними параметрами;

q_{ni} - одиничний показник конкурентоспроможності за i -м нормативним параметром.

2. Формула групового показника за технічними параметрами (окрім нормативних):

$$I_{\text{тп}} = \sum_{i=1}^n q_i * a_i, \quad (1.6)$$

де $I_{\text{тп}}$ - груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами;

a_i - вагомість i -го параметра в загальному наборі технічних параметрів.

Коефіцієнти вагомості показників визначаються експертним шляхом.

Отриманий груповий показник $I_{\text{гп}}$ характеризує ступінь відповідності

даного товару існуючій потребі по всьому спектру технічних параметрів. Чим він вищий, тим повніше задовольняються потреби споживача.

Змішаний метод являє собою поєднання диференційованого та комплексного методів. При змішаному методі оцінки конкурентоспроможності використовується частина параметрів, розрахованих диференціальним методом, та частина параметрів, розрахованих комплексним методом.

Даний метод визначення конкурентоспроможності товару не є досконалим, оскільки він не враховує фактор важливості споживчих властивостей товару для покупця.

Відповідно кожний з методів має своє значення і може бути застосований для оцінювання рівня міжнародної конкурентоспроможності (табл. 1.5)

Таблиця 1.5

Переваги та недоліки основних методів оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Метод оцінювання	Переваги	Недоліки
Матриця БКГ	Показує поточний стан підприємства в галузі	Не досліджуються показники діючого стану конкурентоспроможності підприємства
Модель привабливості ринка – переваги в конкуренції	Допомагає розробити стратегії подальшого господарювання	Неможливість оцінити якісні характеристики конкурентоспроможності
Матриця Портера	Наочність щодо позицій серед підприємств-конкурентів та сприяє стратегічному плануванню	Відсутність рекомендацій щодо набуття конкурентних переваг підприємством
Багатокутник конкурентоспроможності	Наочність визначення поточного стану конкурентоспроможності підприємства	Потребує застосування з іншими методами оцінки конкурентоспроможності підприємства
Рейтинговий	Точно визначає положення підприємства, щодо його конкурентів	Не надає інформації для стратегічного планування
Розрахунок ринкової частки	Визначає положення підприємства відносно його конкурентів	Не надає інформації для розробки стратегії підприємства

Продовження таблиці 1.5

Оцінка стратегічного потенціалу	Оцінює внутрішнє ставище підприємства	Складність розрахунків та збору релевантної інформації
Ефективної конкуренції	Порівняння з середньоринковими показниками	Складність розрахунків та збору релевантної інформації
Оцінка в порівнянні «з еталоном»	Порівняння з еталоном галузі	Велика кількість показників, що можуть дати недостовірну картину діяльності підприємства
Профіль полярностей	Аналіз сильних та слабких сторін в порівнянні підприємствами-конкурентами	Суб'єктивність, залежність результатів від кваліфікації експертів
Інтегральний	Всебічний аналіз діяльності підприємства	Не надає практичних рекомендацій, щодо формування стратегій
Теорія якості товарів	Порівняння продукції підприємства з продукцією фірм-конкурентів	Не охоплює усіх аспектів діяльності підприємства

Джерело: складено автором на основі [17, с.61-88].

Здійснивши аналіз існуючих методів оцінювання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства, можемо стверджувати, що не існує ідеальної методики комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Виділені недоліки наявних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств обумовлюють доволі обмежені можливості практичного застосування більшої частини методів.

Основними індикаторами рівня конкурентності ринку виступають індекс сил конкуренції, показник динаміки ринку, рентабельність ринку, інтенсивність конкуренції за розподілом ринкових часток, коефіцієнти ринкової концентрації, індекс Розенблота. Механізм розрахунку основних показників конкретності ринку представлений у табл. 1.6

Індекс сил конкуренції розраховується на основі прогнозів попиту на продукцію i , відповідно, максимальних обсягів прибутку, які можуть отримати суб'єкти даного ринку.

Таблиця 1.6

Індикатори конкурентного середовища ринку

Показник	Формула	Діагностуючі межі
Індекс сили конкуренції	$I_c = \begin{cases} 1 - \frac{V_0}{V_m}, & V_0 > 0 \\ 1, & V_0 \leq 0 \end{cases}$ V_m – максимально можливий прибуток підприємства; V_0 – фактичний прибуток підприємства	$I_c = 0$ – в разі відсутності на ринку конкурентів підприємства $I_c = 0 \dots 1$ – підприємство внаслідок дії конкурентів втрачає свій можливий прибуток
Показник динаміки ринку T_m	$T_m = \frac{V'_m - V_m}{V_m} \cdot \frac{12}{t} + 1$ V'_m, V_m - обсяги ринку на кінець аналізованого і базових періодів t - термін аналізованого періоду	Темпи зростання ринку можуть знаходитися на рівні 70 - 140% на рік. $T_m > 1,4$ - ринок перебуває у стані прискореного зростання; $T_m = 0,7 \dots 1,4$ - позиційне зростання ринку, стагнація та згортання; $T_m < 0,7$ - очікується криза ринку. $T_m > 1,4$, то $U_t = 0$; $0,7 < T_m < 1,4$, $U_t = \frac{1,4 - T_m}{0,7}$; $T_m = 0,7$, то $U_t = 1$. $U_t = 1$ конкуренція досягає свого максимуму.
Інтенсивність конкуренції за розподілом ринкових часток	$U_d = 1 - \frac{\sigma_{(s)}}{S_m}; \quad U_d = 1 - \sqrt{\frac{1}{N} \sum (S'_i - S_m)^2}$ де $\delta_{(s)}$ - дисперсія ринкової частки фірми; S' - ринкова частка фірми на кінець аналізованого періоду.	Збільшення інтенсивності конкуренції за розподілом ринкових часток залежить від збільшення коефіцієнтів варіації та ринкових часток
Коефіцієнт ринкової концентрації (CR_n)	$CR_n = \sum_{j=1}^n P_j$ P - частка j-го суб'єкта господарювання на ринку, % J - кількість суб'єктів господарювання, частки яких взято до розрахунків коефіцієнта ринкової концентрації	$CR_1 > 35$ висока ймовірність індивідуального домінування на ринку, $CR_3 > 50$ – «жорстка» (тверда) олігополія; $CR_5 > 70$ – «розпливчата олігополія».
Індекс Розенблута (IR)	$IR = \frac{1}{2 \cdot \sum_{i=1}^n (i - D_i) - 1}$ i - ранг (номер) підприємства на ринку за часткою; n - кількість підприємств на ринку (максимальний ранг); D_i - частка i-го підприємства на ринку.	чим індекс менший, тим більша інтенсивність конкуренції на ринку

Джерело: складено автором на основі [19; 36]

Для коректної оцінки і подальшого підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які

можуть застосовуватися як окремо, так і в комплексі, в залежності від поставлених цілей. Різноманіття існуючих сьогодні методів дає можливість підібрати найбільш ефективний і достовірний метод оцінювання для кожного конкретного підприємства-суб'єкта міжнародної економічної діяльності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

В економічній літературі існує велика кількість визначень конкурентоспроможності взагалі та підприємства зокрема, але не всі з них виражають суть цього складного поняття. В загальному розумінні конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства досягати свої цілей в конкурентних умовах за допомогою своїх конкурентних переваг. Не можна ототожнювати конкурентоспроможність підприємства з конкурентоспроможністю продукції/послуг, які воно виробляє/надає. Це багатогранна категорія, при оцінці якої треба враховувати не тільки конкурентоспроможність товарів, але і конкурентоспроможність потенціалу підприємства, персоналу, менеджменту, системи маркетингу та ін.

Використання методів управління конкурентоспроможністю мають прямий вплив на розвиток конкурентного потенціалу підприємства. Але кожен з існуючих підходів підприємства не дозволяє розробити стратегію управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки один підхід за своєю сутністю та своїм змістом та напрямком впливу є доповненням до іншого, тільки коли підходи використовуються комплексно, уникаючи ухилень, прорахунків, помилок і нехтувань можливо досягти лідерських позицій на ринку та здобути позитивний фінансовий результат, покращити якісні і кількісні параметри продукції; своєчасно оновлювати товари та вилучати економічно неефективні товари із збутової програми

підприємства; регулярно удосконалювати системи сервісного обслуговування товарів та системи стимулювання збуту в цілому; ретельно та постійно здійснювати моніторинг продукції конкурентів та комплекс їх маркетингових дій.

Для оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності обирають такі методи: графічний, матричний, оцінювання конкурентоспроможності продукції, теорія ефективної конкуренції, аналіз порівняльних переваг підприємств-конкурентів, матричні методи оцінювання конкурентоспроможності фірм, метод інтегральної оцінки. Різноманіття існуючих сьогодні методів дає можливість підібрати найбільш ефективний і достовірний метод оцінювання для кожного конкретного підприємства-суб'єкта міжнародної економічної діяльності.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЧУМАК»

2.1. Аналіз фінансово - господарської діяльності ПрАТ «Чумак»

ПрАТ «ЧУМАК» – одне з найбільших підприємств в Україні на ринку продуктів харчування. ПрАТ «ЧУМАК» засноване у 2000 році в Херсонській області у місті Каховка. Підприємство виробляє кетчуп, томатну пасту, майонез, салатні заправки, кухарські соуси, соуси-приправи, кабачкову ікру, аджику, консервовані томати, огірки та перець, макарони та інші. ПрАТ «Чумак» експортує близько значний обсяг виробленої продукції.

Фінансово-економічний стан - одна з найважливіших характеристик діяльності підприємства. Він залежить від результатів виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності підприємства. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства необхідно проводити для того, щоб реально розуміти економічне становище підприємства, його спроможність розраховуватись з постачальниками, повертати позики та успішно функціонувати на ринку. Для комплексного фінансово-економічного аналізу проводиться аналіз активів, пасивів та фінансового стану підприємства та головних фінансово-економічних показників.

Для комплексної оцінки фінансового стану підприємства необхідно розглянути тенденції динаміки показників, які з різних боків характеризують фінансово-економічний стан підприємства. Стійка платоспроможність, ефективне використання капіталу, своєчасні розрахунки, наявність стабільних фінансових ресурсів - ознаки високого фінансового стану підприємства.

Управління активами підприємства є важливою складовою частиною загальної системи управління його фінансовою діяльністю. Воно дозволяє

вирішувати різноманітні задачі фінансового менеджменту і підпорядковане його головній цілі. В свою чергу, активи – це все майно, яким володіє підприємство, засоби суб'єкта господарювання, які потрібні для його функціонування у різних формах діяльності з метою одержання прибутку [3]. Аналіз динаміки та структури активів ПрАТ «Чумак» наведено в табл. 2.1 та табл. 2.2 відповідно.

Таблиця 2.1

Динаміка активів ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр., тис. грн.

Показник	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	Відносне відхилення, 2017/2016 %
Необоротні активи	204819	227245	190372	175165	165380	-5,59
Нематеріальні активи	79381	63760	48303	32063	19416	-39,44
Незавершені капітальні інвестиції	3878	31455	4326	9539	5657	-40,70
Основні засоби	103992	114463	137728	133548	140292	5,05
ДФІ, в капіталі інших підприємств	17552	17552	0	0	0	0,00
Інші фінансові інвестиції	15	15	15	15	15	0,00
Оборотні активи	278067	387534	498760	538537	627297	16,48
Запаси	113316	145913	248123	291525	322993	10,79
Виробничі запаси	57882	81535	168339	231336	247609	7,03
Готова продукція	39660	42734	63230	55706	69047	23,95
Товари	16074	21644	16554	4483	6337	41,36
ДЗ за продукцію, товари та послуги	111998	167246	160252	159746	203058	27,11
ДЗ за виданими авансами	23929	28399	36164	28948	50273	73,67
ДЗ з бюджетом	5718	20117	31068	37732	25340	-32,84
ДЗ з податку на прибуток	427	799	942	942	942	0,00
Інша поточна дз	10190	9274	12237	9052	10586	16,95
Гроші та їх еквіваленти	2	7100	944	2635	2013	-23,61
Рахунки в банках	6654	7099	942	2634	2012	-23,61
Витрати майбутніх періодів	370	370	370	370	0	-100,00
Інші оборотні активи	5892	9115	9596	8529	13034	52,82
Всього	482886	614779	689132	713702	792677	11,07

Примітка. ДЗ – дебіторська заборгованість

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А]

Динаміка активів ПрАТ «Чумак» показує, що позитивну тенденцію мають оборотні активи в період 2013-2017 рр, а необоротні активи мають зменшуються.

Таблиця 2.2

Структура активів ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр., %

Показник	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017
Необоротні активи	42,42	36,96	27,62	24,54	20,86
Нематеріальні активи	16,44	10,37	7,01	4,49	2,45
Незавершені капітальні інвестиції	0,80	5,12	0,63	1,34	0,71
Основні засоби	21,54	18,62	19,99	18,71	17,70
ДФІ, в капіталі інших підприємств	3,63	2,86	0,00	0,00	0,00
Інші фінансові інвестиції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Оборотні активи	57,58	63,04	72,38	75,46	79,14
Запаси	23,47	23,73	36,01	40,85	40,75
Виробничі запаси	11,99	13,26	24,43	32,41	31,24
Готова продукція	8,21	6,95	9,18	7,81	8,71
Товари	3,33	3,52	2,40	0,63	0,80
ДЗ за продукцію, товари та послуги	23,19	27,20	23,25	22,38	25,62
ДЗ за виданими авансами	4,96	4,62	5,25	4,06	6,34
ДЗз бюджетом	1,18	3,27	4,51	5,29	3,20
ДЗ з податку на прибуток	0,09	0,13	0,14	0,13	0,12
Інша поточна дз	2,11	1,51	1,78	1,27	1,34
Гроші та їх еквіваленти	0,00	1,15	0,14	0,37	0,25
Рахунки в банках	1,38	1,15	0,14	0,37	0,25
Витрати майбутніх періодів	0,08	0,06	0,05	0,05	0,00
Інші оборотні активи	1,22	1,48	1,39	1,20	1,64
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Примітка. ДЗ – дебіторська заборгованість

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А]

В структурі активів ПрАТ «Чумак» основну частку складають оборотні активи, зокрема запаси. З 2013 по 2017 частка оборотних активів у структурі активів підприємства збільшилась на 22,44%. В той час, як частка необоротних активів в загальній структурі зменшилась. Значну

частку (40,75% у 2017р.) в структурі активів займають запаси , при тому, що частка основних засобів зменшується у період з 2013 року по 2017 рік.

Матеріальні грошові засоби, які знаходяться в розпорядженні підприємства і забезпечують виробничий процес, становлять виробничі фонди. Виробничі фонди фінансуються із джерел власних і позичкових коштів як складових елементів пасивів підприємства. Для оцінки пасивів використовують загальний аналіз динаміки (табл. 2.3) та структура пасивів підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.3

Динаміка пасивів ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр., тис. грн.

Показник	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	Відносне відхилення, 2017/2016, %
Власний капітал	132032	-137755	-474357	-641939	-612095	-4,65
Зареєстрований капітал	349093	349093	349093	349093	349093	0,00
Капітал у дооцінках	123277	69750	26683	0	0	0,00
Додатковий капітал	48414	48414	48414	48414	48414	0,00
Нерозподілений прибуток	-388752	-60512	-898547	-1039446	-1009602	-2,87
Довгострокові зобов'язання	250372	490847	782958	947029	1033192	9,10
Довгострокові кредити банкам	171098	312422	532573	63751	0	-100,00
Інші ДЗ	79274	178425	250385	271734	1033192	280,22
Поточні зобов'язання	100482	261687	380531	408612	371580	-9,06
Коротко-строкові кредити банків		29872	50248	63751	525	-99,18
ПКЗ за товари, роботи, послуги	86076	200216	285501	312905	338400	8,15
ПКЗ за розрахунками з бюджетом	698	109	385	578	694	20,07
ПКЗ з бюджетом	432	0	0	0	0	0,00
ПКЗ зі страхування	764	791	899	634	757	19,40
ПКЗ з оплати праці	1541	1368	1692	2198	2742	24,75
ПКЗ за авансами	5889	18567	26429	15128	13257	-12,37

Продовження таблиця 2.3

Поточні забезпечення	2165	4082	7413	5444	5722	5,11
Інші поточні зобов'язання	3349	6682	7954	6849	9483	38,46
Всього	482886	614779	689132	713702	792677	11,07

Примітка. ДЗ – довгострокові зобов'язання; ПКЗ – поточна кредиторська заборгованість

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А]

Динаміка пасивів підприємства показує, що у 2013-2017 рр. відбулося кількісне зменшення власного капіталу, в той час як кількість зобов'язань збільшилась, це говорить про те, що підприємство формує виробничі фонди за рахунок запозичень, а не з власних ресурсів.

Таблиця 2.4

Структура пасивів ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр., %

Показник	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017
Власний капітал	27,34	-22,41	-68,83	-89,94	-77,22
Зареєстрований (пайовий) капітал	72,29	56,78	50,66	48,91	44,04
Капітал у дооцінках	25,53	11,35	3,87	0,00	0,00
Додатковий капітал	10,03	7,88	7,03	6,78	6,11
Нерозподілений прибуток	-80,51	-9,84	-130,39	-145,64	-127,37
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	51,85	79,84	113,62	132,69	130,34
Довгострокові кредити банкам	35,43	50,82	77,28	8,93	0,00
Інші довгострокові зобов'язання	16,42	29,02	36,33	38,07	130,34
Поточні зобов'язання і забезпечення	20,81	42,57	55,22	57,25	46,88
Короткострокові кредити банків	0,00	4,86	7,29	8,93	0,07
ПКЗ за товари, роботи, послуги	17,83	32,57	41,43	43,84	42,69
ПКЗ за розрахунками з бюджетом	0,14	0,02	0,06	0,08	0,09
ПКЗ за розрахунками з бюджетом	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00
ПКЗ за розрахунками зі страхування	0,16	0,13	0,13	0,09	0,10
ПКЗ за розрахунками з оплати праці	0,32	0,22	0,25	0,31	0,35

Продовження таблиці 2.4

ПКЗ за одержаними авансами	1,22	3,02	3,84	2,12	1,67
Поточні забезпечення	0,45	0,66	1,08	0,76	0,72
Інші поточні зобов'язання	0,69	1,09	1,15	0,96	1,20
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Примітка. ДЗ – довгострокові зобов'язання; ПКЗ – поточна кредиторська заборгованість

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А]

Аналіз структури пасивів ПрАТ «Чумак» показує, що основну частину в структурі займають поточні зобов'язання та забезпечення. В 2017р. в порівнянні з 2013р. зменшився обсяг зареєстрованого капіталу на 28,25% у той час, як заборгованість зростає.

Аналіз фінансових результатів – комплексне вивчення і дослідження підсумкових, узагальнюючих показників виробничо-фінансової діяльності, які відображають кінцевий результат ефективності виробництва й реалізації продукції, підвищення її якості, поліпшення використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Динаміка фінансового результату ПрАТ «Чумак» наведена у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка фінансового результату ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр.,

тис. грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, 2017/2016, %
Чистий дохід від реалізації	619799	829712	996657	1092852	1204502	10,22
Собівартість реалізованої продукції	-442404	-589888	-6857733	-743292	-826925	11,25
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	18221	21230	24592	38083	77653	103,90
Інші фінансові доходи	79	79	915	274	243	-11,31

Продовження таблиці 2.5

Інші доходи	531	53376	251647	101819	24430	-76,01
Фінансові витрати	-20494	-32778	-70212	-89243	-35914	-59,76
Інші витрати	-256	-311694	-543544	-218515	-36568	-83,27
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	-1919	-269787	-336602	-167582	29844	-117,81
Чистий прибуток (збиток)	-2809	-269787	-336602	-167582	29844	-111

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток Б]

Проаналізувавши динаміку фінансового результату можемо стверджувати, що чистий дохід від реалізації з 2013-го року збільшувався, в той час як компанія отримувала збиток за рахунок високої собівартості реалізованої продукції та фінансових витрат. Лише у 2017 р. компанія отримала чистий прибуток.

Для більш точного аналізу фінансово-економічного стану підприємства здійснюється діагностика підприємства за аналітичними показниками. Фінансово-економічний аналіз зорієнтований на оцінювання фінансового стану, фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Він дає змогу виявити напрямки й обмеження фінансового розвитку та реструктуризації фінансової політики.

Оцінка фінансово-майнового стану – це одна з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємств. Метою оцінки фінансово-майнового стану підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як підґрунтя стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед партнерами, кредиторами та бюджетом. Оцінка майнового стану ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр. наведена у табл. 2.6, за такими показниками, як частка оборотних та необоротних активів, коефіцієнт зносу та придатності основних засобів.

Таблиця 2.6

Динаміка показників майнового стану ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр.

Показник	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	Відносне відхилення, 2017/2016 %	Нормативне значення
Частка оборотних активів, %	58	63	72	75	79	-14,99	-
Частка необоротних активів, %	42	37	28	25	21	-50,81	-
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,87	0,87	0,85	0,85	0,85	0,00	< 0,5
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,27	0,47	0,52	0,50	0,64	28,00	≥0,5

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток Б]

Проаналізувавши показники майнового стану підприємства можемо стверджувати, що частка оборотних активів збільшувалась, в той час, як частка необоротних активів поступово зменшувалась. Коефіцієнт зносу основних засобів перевищує нормативне значення в досліджуваній період та показує що основні засоби підприємства зношуються та не оновлюються. Коефіцієнт придатності основних засобів показує, що в 2017 році в порівнянні з 2013р. основні засоби є більш придатними для виробництва продукції.

Рентабельність – відносний показник, що порівнює одержаний ефект з витратами або ресурсами, використаними для його досягнення. Рентабельність комплексно відображає ступінь ефективності використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів. У сучасній вітчизняній і зарубіжній аналітичній практиці застосовується безліч показників рентабельності, які з різних позицій характеризують прибутковість діяльності підприємств. У табл. 2.7 здійснена оцінка прибутковості ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр.

Таблиця 2.7

Динаміка показників рентабельності ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр.

Оцінка прибутковості						
Показник	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	Відносне відхилення,% 2017/2016
Рентабельність операційної діяльності, %	-30,24	-25,31	-14,19	-12,25	-33,54	173,88
Рентабельність продажу, %	-0,45	-32,52	-33,77	-15,33	2,48	-116,16
1. Рівень рентабельності активів, %	-1%	-44%	-49%	-23%	4%	-116,03
4. Рівень рентабельності власного капіталу (рівень фінансової рентабельності), %	-2%	196%	71%	26%	-5%	-118,68
5. Рівень рентабельності позикового капіталу, %	-1%	-36%	-29%	-12%	2%	-117,19
6. Рівень рентабельності обороту, %	0%	-33%	-34%	-15%	2%	-116,16
7. Рівень рентабельності операційних витрат, %	14%	823%	479%	188%	-83%	-144,25

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А,Б]

Загальноприйнятих значень рентабельності, на які можна орієнтуватися при аналізі не існує. Тому зростання усіх показників рентабельності в динаміці розглядається як позитивна тенденція. Відповідно до проведеного аналізу найбільш рентабельними є операційна діяльність та рентабельність продажів. Всі інші показники рентабельності мають негативну тенденцію.

Фінансова стійкість – це стан майна підприємства, що гарантує йому платоспроможність. Фінансова стійкість підприємства передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитись за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток

забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів. У табл. 2.8 наведено аналіз фінансової стійкості та стабільності ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр.

Таблиця 2.8

Оцінка фінансової стійкості ПрАТ «Чумак» у 2013-2017 рр.

Показник	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	Абсолютне відхилення, 2017/2016	Темп приросту, 2016/2017
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,27	-0,22	-0,69	-0,90	-0,77	0,86	-0,14
Коефіцієнт фінансової залежності	3,66	-4,46	-1,45	-1,11	-1,30	1,16	0,16
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,90	-4,56	-2,65	-2,48	-2,69	1,09	0,09
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	3,49	2,88	3,06	3,32	3,78	1,14	0,14
Коефіцієнт довгострокового залучення позичених коштів	0,21	0,51	0,81	0,89	2,45	2,75	1,75
Коефіцієнт структури залученого капіталу	0,71	0,65	0,67	0,70	0,74	1,05	0,05

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А,Б]

Згідно аналізу маємо, що коефіцієнти залученого капіталу та коштів мають високе значення, це говорить про те, що підприємство фінансує виробничі фонди не з власних коштів, а за рахунок залучених коштів, тим самим збільшує ризик та залежність від кредиторів. Коефіцієнт власного капіталу, фінансової залежності та маневреності власного капіталу мають негативну тенденцію.

Стійкий фінансовий стан підприємства в ринкових умовах значною мірою обумовлюється його діловою активністю.

Ділова активність підприємства проявляється через розширення ринків збуту продукції, підтримання ділової репутації (іміджу), вихід на ринок праці і капіталу тощо. Ділова активність оцінюється системою показників (коефіцієнтів), які характеризують найважливіші сторони

діяльності підприємства. Оцінка ділової активності ПрАТ «Чумак» наведена у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

**Динаміка показників ділової активності ПрАТ «Чумак»
у 2013-2017 рр.**

Коефіцієнт	на 31.12. 2013	на 31.12. 2014	на 31.12. 2015	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	Абсолютне відхилення, 2017/2016	Темп приросту, 2016/2017
1. Коеф. оборотності активів	0,58	0,62	0,56	0,53	0,52	0,98	-0,02
2. Період обороту активів, дн.	623,97	577,59	640,27	683,40	696,89	1,02	0,02
3. Коеф. оборотності запасів	-0,99	-1,14	-8,70	-0,69	-0,67	0,98	-0,02
4. Період обороту запасів, дн.	362,48	316,41	41,37	522,74	535,06	1,02	0,02
5. Коеф. оборотності ПДЗ	1,58	1,43	1,94	2,19	1,86	0,85	-0,15
6. Період обороту ПДЗ, дн.	227,29	251,05	185,55	164,52	193,63	1,18	0,18
7. Довжина операційного циклу, дн.	135,19	65,35	144,18	358,22	341,43	0,95	-0,05
8. Коеф. оборотності ПКЗ	5,14	2,95	24,02	2,38	2,44	1,03	0,03
9. Період обороту ПКЗ, дн.	70,04	122,19	14,99	151,55	147,32	0,97	-0,03
10. Довжина фінансового циклу, дн.	205,23	187,54	129,19	509,77	488,75	0,96	-0,04

Джерело: побудовано автором на основі балансу та звіту про фінансові результати підприємства [Додаток А,Б]

Коефіцієнти оборотності (ділової активності) безпосередньо впливають на фінансові результати діяльності підприємства, його платоспроможність. Як результат прискорення обороту вивільнюються матеріальні елементи оборотних активів і таким чином зменшуються затрати, пов'язані з їх зберіганням. При цьому вивільнюються грошові кошти, які були вкладені в ці запаси, що врешті-решт сприятиме покращенню фінансового стану підприємства. Довжина операційного циклу коливається в залежності від періоду оборотів запасів та періоду обороту активів. Період обороту активів є майже стабільним, на відміну

від періоду оборотів запасів. Довжина фінансового циклу зменшилась в 2017 році, в порівнянні з 2013 роком.

Отже, проаналізувавши фінансово-економічний стан підприємства маємо, що в 2014-2016 рр. підприємство отримувало збиток, що негативно вплинуло на всі головні аналітичні показники діяльності підприємства. В структурі активів підприємства значну частку складають оборотні активи. ПрАТ «Чумак» фінансує основну частину своєї діяльності за допомогою запозичених капіталів та коштів.

2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Чумак»

Основну частку продукції ПрАТ «Чумак» реалізовує на внутрішньому ринку інша частина експортується майже в 30 країн світу. Основа частина товару експортується в пострадянські країни. Та також продукція компанії експортується в США, Канаду, країни Скандинавії, Німеччину, Прибалтику, Ізраїль, країни Африки, Республіку Корею, Бангладеш та ін.

Для детального зовнішньоекономічного аналізу діяльності проводиться аналіз товарної та географічної структури експорту та імпорту. Для повнішої характеристики експортної роботи підприємства експорт товарів за звітний рік зіставляють з експортом за попередній. Мета дослідження – встановити, які зміни відбулися в товарній структурі експорту, розвитку нових його видів і географічного напрямку, як змінився обсяг експорту в поточному і попередніх роках. Товарна структура експорту ПрАТ «Чумак» проаналізована в табл. 2.10

Таблиця 2.10

**Динаміка обсягів експорту ПрАТ «ЧУМАК» у розрізі товарних груп
у 2013 - 2017 рр., тис. грн.**

Товарна група	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, %	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Кетчуп	20668,1	41085,7	53232	65847,1	79872,5	23,70	21,3
Майонез	12326,3	25168,9	32315,6	40686,3	51875,1	25,90	27,5
Томатна паста	12432,9	24097,3	31277,5	38750,9	47334,2	23,89	22,15
Макаронні вироби	11540	24855,3	32081,2	40223,5	47222,4	25,38	17,4
Овочі мариновані	10940,4	21248,5	27158,5	34248,9	42674,1	26,11	24,6
Соуси	12672,7	23809,8	30875,6	39003,3	51141,2	26,32	31,12
Горошок	12139,7	23679,2	30540,8	39255,8	47012,7	28,54	19,76
Сік	10807,1	21300,8	27526,9	34795,9	45975,8	26,41	32,13
Кукурудза	10673,9	21274,7	26957,6	33912,3	43238,2	25,80	27,5
Фрузі	12139,7	21431,5	27259	34206,8	41287,6	25,49	20,7
Насіння	6916,03	13407,7	15652,1	19817,2	24632,8	26,61	24,3
Всього	133257	261359	334877	420748	522267	25,64	24,13

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

З динаміки обсягів експорту можемо прослідкувати, показники експорту протягом досліджуваного періоду зростають, зокрема найвищими темпами у 2017 р. збільшується експорт соку, соусів та майонезу.

Аналіз структури експорту проводиться з метою дослідження, які товарні групи складають найбільшу частину експорту компанії, як товарні групи змінювалися в розрізі досліджуваних років. В таблиці 2.11 наведена структура експорту ПрАТ «Чумак» у розрізі товарних груп у 2013-2017 рр.

Таблиця 2.11

**Структура експорту ПрАТ «ЧУМАК» у розрізі товарних груп
у 2013 - 2017 рр., %**

Товарна група	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, %	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Кетчуп	15,51	15,72	15,896	15,65	15,29	-1,55	-2,28
Майонез	9,25	9,63	9,65	9,67	9,93	0,21	2,72
Томатна паста	9,33	9,22	9,34	9,21	9,06	-1,39	-1,59
Макаронні вироби	8,66	9,51	9,58	9,56	9,04	-0,21	-5,42
Овочі мариновані	8,21	8,13	8,11	8,14	8,17	0,37	0,38
Соуси	9,51	9,11	9,22	9,27	9,79	0,54	5,63
Горошок	9,11	9,06	9,12	9,33	9,00	2,30	-3,52
Сік	8,11	8,15	8,22	8,27	8,80	0,61	6,45
Кукурудза	8,01	8,14	8,05	8,06	8,28	0,12	2,72
Фрузі	9,11	8,2	8,14	8,13	7,91	-0,12	-2,76
Насіння	5,19	5,13	4,674	4,71	4,72	0,77	0,14
Всього	100	100	100	100	100		

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Відповідно до проведено аналізу структури експорту маємо, що найбільшу частку експорту у 2017 р. складають кетчуп (15,29%), майонез (9,93%), томатна паста (9,06%) макаронні вироби (9,04%), та соуси (9,79%) у 2017 році. Найменшу частку складає насіння (4,72%) у 2017 році. Зменшення обсягів експорту в структурі товарних груп спостерігається за категорією кетчуп (2,28%), томатна паста (1,59%), макаронні вироби (5,42%), горошок (3,52%) та фрузі (2,76%) у 2017 році в порівнянні з 2016 роком. Графічна структура експорту за товарними групами зображена на рис. 2.1.

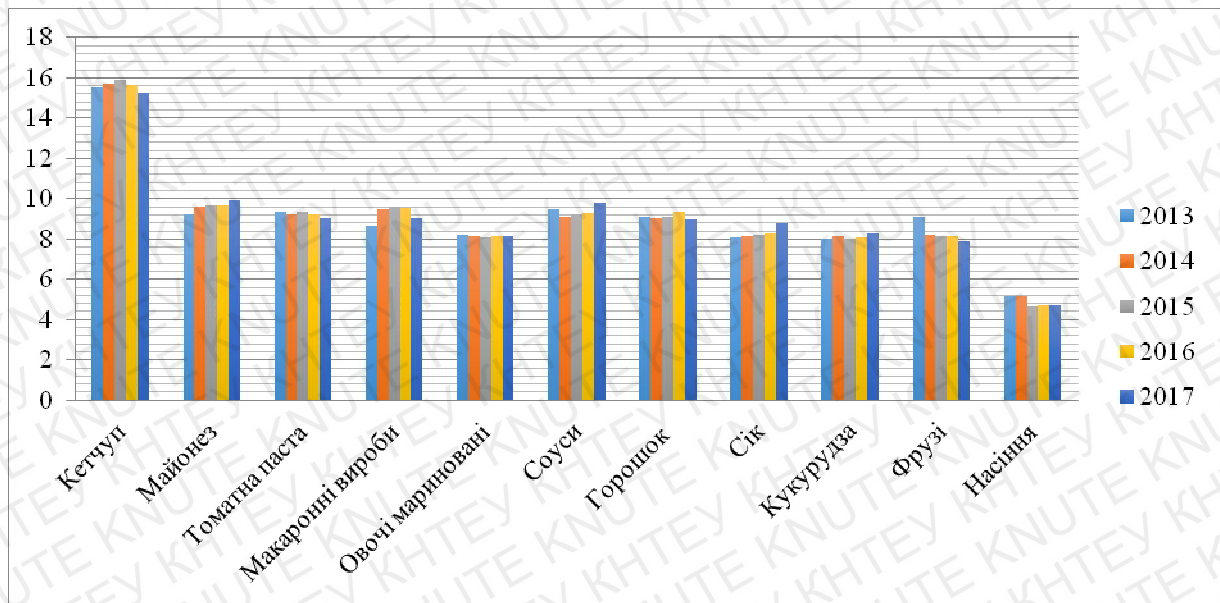


Рис. 2.1. Структура експорту ПрАТ «ЧУМАК» у розрізі товарних груп у 2013 - 2017 рр., %

Динаміка обсягів експорту ПрАТ «Чумак» у розрізі країн в 2013-2017 рр., наведена у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Динаміка обсягів експорту ПрАТ «ЧУМАК» у 2013 - 2017 рр. у розрізі країн, тис. грн.

Країна	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, %	
						2016/2015	2017/2016
Канада	2331,42	9670,29	13060,2	17250,7	24431,3	32,09	41,63
Російська Федерація	43533,2	39070,2	34827,2	20153,8	21422,6	-42,13	6,30
Казахстан	7862,15	13590,7	19422,9	26086,4	35771,1	34,31	37,13
Латвія	4264,22	12806,6	20762,4	28610,9	32072,8	37,80	12,10
Литва	3864,45	11761,2	19757,7	29021,6	42293	46,89	45,73
Естонія	4130,96	12545,3	20427,5	29452,4	32686,2	44,18	10,98
США	9116,78	26920	35162,1	42537,6	64323,7	20,98	51,22
Молдова	13992	28226,8	41189,8	50908,5	58013,5	23,59	13,96
Грузія	13124,1	31624,5	41189,8	53687,5	57377,9	30,34	6,87
Ізраїль	15170,4	31363,1	30602,5	52172,3	65047,8	70,48	24,68
Білорусія	12191,3	30317,7	47217,6	60167	77441,5	27,42	28,71
Інші	3675,87	13463	11257,1	10699,3	11385,5	-4,95	6,41
Всього	133257	261359	334877	420748	522267	25,64	24,13

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Згідно проведеного аналізу маємо, що у 2013 році ПрАТ «Чумак» найбільше експортував до Росії - 43533,2 тис.грн, потім обсяги експорту до Російської Федерації поступово зменшувався, що пов'язано з політичною та економічною ситуацією в країні. Зменшення експорту до Російської Федерації компенсували відкриттям нових міжнародних ринків збуту. Відбулося збільшення експорту у 2014-2017 рр. до таких країн, як Канада, США, Ізраїль, Литва, Латвія, Грузія та ін. Структура експорту ПрАТ «Чумак» продемонстрована у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

**Структура експорту ПрАТ «ЧУМАК» у розрізі країн
у 2013 - 2017 рр., %**

Країна	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, %	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Канада	1,75	3,70	3,90	4,10	4,68	5,13	14,10
Російська Федерація	32,67	14,95	10,40	4,79	4,10	-53,94	-14,37
Казахстан	5,90	5,20	5,80	6,20	6,85	6,90	10,47
Латвія	3,20	4,90	6,20	6,80	6,14	9,68	-9,69
Литва	2,90	4,50	5,90	6,90	8,10	16,95	17,36
Естонія	3,10	4,80	6,10	7,00	6,26	14,75	-10,59
США	6,84	10,30	10,50	10,11	12,32	-3,71	21,82
Молдова	10,50	10,80	12,30	12,10	11,11	-1,63	-8,20
Грузія	9,85	12,10	12,30	12,76	10,99	3,74	-13,90
Ізраїль	11,38	12,00	9,14	12,40	12,45	35,69	0,44
Білорусія	9,15	11,60	14,10	14,30	14,83	1,42	3,69
Інші	2,76	5,15	3,36	2,54	2,18	-24,35	-14,28
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	34,9717	11,1374

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Проаналізувавши структуру експорту в розрізі країн можемо стверджувати, що у 2017 році в структурі експорту найбільшу частину

складали Білорусія (14,83%), Ізраїль (12,45%), Грузія (10,99%), Молдова (11,11%), США (12,32%). Натомість у 2013 ПрАТ «Чумак» найбільше експортував до таких країн, як Росія (32,67%), Молдова (10,5%), Ізраїль (11,38%), Білорусія (9,15%). Зменшення у структурі експорту у 2017 році, в порівнянні з 2016 відбулося в такі країни, як Російська Федерація, Латвія, Естонія, Молдова, Грузія, Ізраїль та ін. Графічна структура експорту в розрізі країн зображена на рис. 2.2.

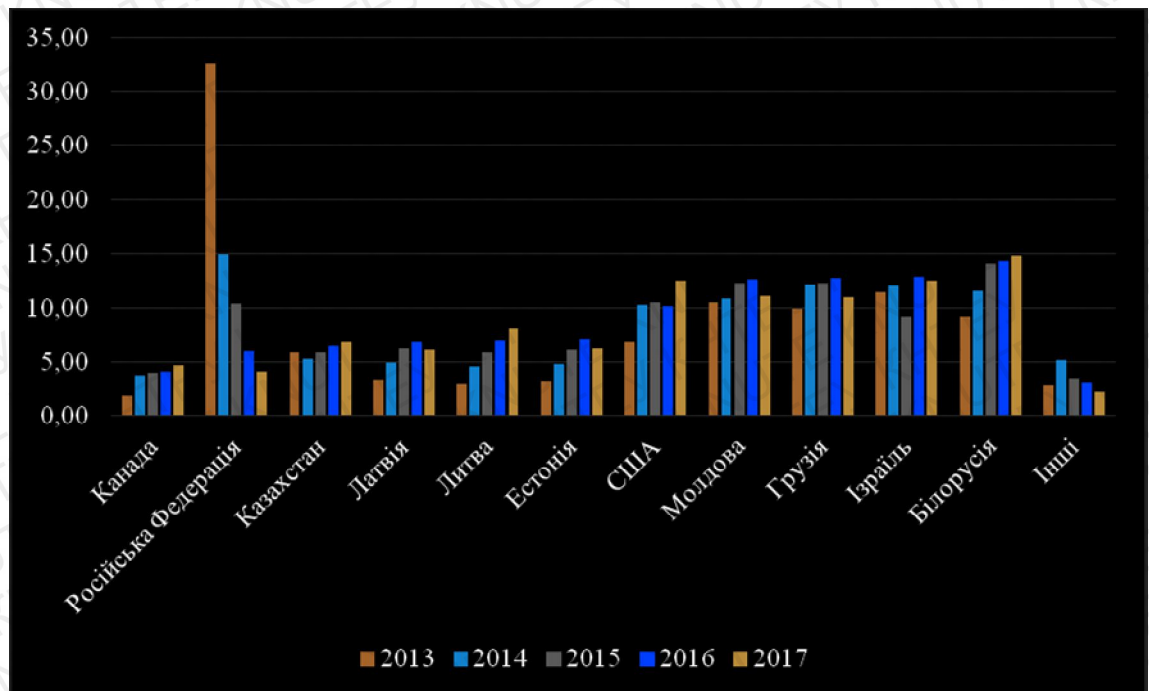


Рис. 2.2. Структура експорту ПрАТ «ЧУМАК» у розрізі країн у 2013 - 2017 рр., %

Для ефективного ведення бізнесу ПрАТ «Чумак» імпортує деякі найменування складові для виробництва готової продукції. Для повнішої характеристики імпортової роботи підприємства імпорту товарів за звітний рік зіставляють з імпортом за попередній. Мета дослідження – встановити, які зміни відбулися в товарній структурі імпорту, розвитку нових його видів і географічного напрямку, як змінився обсяг імпорту в поточному і попередніх роках. Динаміка обсягів імпорту ПрАТ «ЧУМАК» у 2013 – 2017 рр. у розрізі країн наведена у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

**Динаміка обсягів імпорту ПрАТ «ЧУМАК» у 2013 - 2017 рр. у розрізі
товарних груп, тис. грн.**

Товарна група	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення,	
						%	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Спеції	496,64	1039,5	1651,17	2218,58	2468,81	34,36	11,28
Обладнання	886,04	1502,96	2100	2601,58	2453,43	23,88	-5,69
Етикетка	442,23	983,76	1353,22	1698,72	1893,05	25,53	11,44
Упаковка	380,38	879,171	1196,25	1536,39	1789,13	28,43	16,45
Інші	449,13	903,59	1242,34	1607,89	1851,87	29,42	15,17
Всього	2654,42	5308,99	7542,98	9663,15	10456,3	28,11	8,21

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Найбільше ПрАТ «Чумак» імпортує обладнання 886,04 тис. грн у 2013 році та 2453,43 тис.грн. у 2017 році. Найменші обсяги імпорту упаковки – 380,38 тис. грн у 2013 році, 1789,13 тис грн у 2017 році. Структура імпорту ПрАТ «Чумак» за географічною структурою продемонстровано у табл. 2.15.

Таблиця 2.15

**Структура імпорту ПрАТ «Чумак» у розрізі товарних груп
у 2013 – 2017 рр., %**

Товарна група	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення,	
						%	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Спеції	18,71	19,58	21,89	22,96	23,61	4,89	2,83
Обладнання	33,38	28,31	27,84	26,92	23,46	-3,29	-12,85
Етикетка	16,66	18,53	17,94	17,58	18,10	-2,01	2,98
Упаковка	14,33	16,56	15,86	15,90	17,11	0,26	7,61
Інші	16,92	17,02	16,47	16,64	17,71	1,03	6,43
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Згідно даної структури маємо, що найбільшу складову імпорту ПрАТ «Чумак» складає обладнання (33,38% у 2013 році), але в розрізі років частка імпорту обладнання зменшувалась (19,46% у 2017 році). Найменше підприємство імпортує упаковки (15,06% у 2017 році).

Для повного аналізу імпорту підприємства необхідно провести аналіз динаміки імпорту за географічною складовою. Динаміка імпорту ПрАТ «Чумак» за географічною структурою в 2013-2017 році наведена у табл. 2.16.

Таблиця 2.16

**Динаміка імпорту ПрАТ «Чумак» у розрізі країн
у 2013 – 2017 рр., тис. грн**

Країна	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, %	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Туреччина	435,328	861,118	1228,75	1582,83	1610,84	28,81	18,63
Польща	422,048	847,318	1201,6	1532,58	1563,86	27,54	18,95
Молдова	339,769	677,959	913,452	1242,69	1382	36,04	29,64
Німеччина	220,319	443,829	625,314	804,94	758,076	28,72	9,78
Китай	281,369	533,549	762,593	988,54	1264,66	29,62	49,13
Естонія	217,659	440,119	644,174	817,50	775,653	26,90	10,60
Грузія	384,889	766,619	1098,26	1394,39	1783,89	26,96	49,13
Інші	353,039	738,479	1068,84	1299,70	1317,29	21,59	18,15
Всього	2654,42	5308,99	7542,98	9663,15	10456,3	28,10	8,22

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Як показує динаміка імпорту найбільше ПрАТ «Чумак» імпортують з таких країн, як Туреччина (435,33 тис. грн.), Польща (422,05 тис. грн) та Грузія (384,89) у 2013 році. У 2017 році в структурі імпорту найбільшу частину склали Грузія (1783,89 тис. грн), Туреччина (1610,84 тис. грн), Польща (1563,86 тис. грн) та Молдова (1382 тис. грн). Структура імпорту ПрАТ «Чумак» за географічною складовою продемонстрована у табл. 2.17.

Таблиця 2.17

**Структура імпорту ПрАТ «Чумак» у розрізі країн у 2013-
2017рр, %**

Країна	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, %	
						2016/ 2015	2017/ 2016
Туреччина	16,40	16,22	16,29	16,38	15,41	0,55	-5,95
Польща	15,90	15,96	15,93	15,86	14,96	-0,44	-5,70
Молдова	12,80	12,77	12,11	12,86	13,22	6,19	2,78
Німеччина	8,30	8,36	8,29	8,33	7,25	0,48	-12,97
Китай	10,60	10,05	10,11	10,23	12,09	1,19	18,23
Естонія	8,20	8,29	8,54	8,46	7,42	-0,94	-12,32
Грузія	14,50	14,44	14,56	14,43	17,06	-0,89	18,23
Інші	13,30	13,91	14,17	13,45	12,60	-5,08	-6,33
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Як бачимо, найбільший приріст імпорту у 2017 році в порівнянні з 2016 роком було з таких країн, як Китай (37,81%), Грузія (37,71%) та Молдова (19,8%). Найбільшу складову імпорту у 2017 році складають такі країни, як Китай (14,10%), Туреччина (17,96%), Польща (17,43%) та Молдова (15,41%).

Для розуміння чи потрібно підприємству експортувати товари на міжнародні ринки чи краще реалізувати на внутрішньому ринку розраховують ефективність експорту. Загальна ефективність експорту наведена у табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Ефективність експорту ПрАТ «Чумак» 2013 -2017 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість, тис. шт.	5131,68	5123,88	5145,37	5399,39	6165,49
Ціна, USD	3,25	4,29	2,98	3,05	3,12
Курс валюти, UAH/USD	7,99	11,89	21,84	25,55	27,15
Ціна, UAH	25,97	51,01	65,08	77,93	84,70
Дохід від експорту, UAH	133256,79	261359,28	334876,75	420760,84	522266,193
Накладні витрати на експорт, UAH	15474,60	21231,10	62480,91	288776	295548,58
% до доходу	13,86	15,78	18,66	68,63	70,24
Витрати на виробництво, UAH	81053,3	167551	204602	79507,5	82442,46
Накладні витрати, UAH	22433,42	38911,81	41763,54	41253,73	42221,23
% до витрат на виробництво	24,64	21,92	18,59	50,00	51,17
Витрати, UAH	118961,32	227693,91	308846,43	409537,21	420212,272
Ефективність експорту	1,12	1,15	1,08	1,03	1,24

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Згідно проведених досліджень, експорт є ефективний. У 2013 році ефективність експорту склала 112%, 2014 році – 115%, 2015 р.- 108%, 2016 р. – 103%, 2017 – 124%.

Ефективність імпорту розраховують з метою дослідження чи ефективно імпортувати товари з-за кордону чи краще купувати аналогічні товари на внутрішньому ринку. Ефективність імпорту ПрАТ «Чумак» наведена у табл. 2.19.

Таблиця 2.19

Ефективність імпорту ПрАТ «Чумак» 2013 -2017 рр

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість вантажу, шт	33 180	44 242	39 700	46 013	49 531
Витрати з розвантаження при імпорті, грн/шт	165,9	221,21	198,51	230,00	248,00
Витрати з перевезення, грн/шт при імпорті	66,36	88,48	79,40	92,00	99,00

Продовження таблиці 2.19

Витрати на зберігання на складі, грн/шт	53,09	70,79	63,52	74,00	79,00
Ціна контракту, дол/шт. при імпорті	10,01	10,10	8,70	8,00	9,00
Вартість, USD	336534,068	453211	350901	385 393	437 540
Мито, грн.	53088,5	106180	150861	193 256	208 030
ПДВ, грн.	530885	1061798	1508613	1 932 559	2 080 303
Ціна реалізації на внутрішньому ринку країни імпортера, грн/шт	81,04	121,8	193,04	214,00	231,00
Курс НБУ на час здійснення платежів, грн/дол	7,99	11,89	21,84	25,55	26,15
Витрати, тис. грн	2654,42	5308,99	7542,98	9663,15	10456,27
Доход, тис. грн	2688,91	5388,68	7663,7	9 847	11 442
Ефект, тис. грн.	34,49	79,69	120,72	183,65	985,43
Ефективність	1,01	1,02	1,02	1,02	1,09

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Згідно проведеного аналізу доцільно імпортувати товари з-за кордону, так як ефективність імпорту в 2013 році склала 101%, 2014 р. – 102%, 2015 р. – 102%, 2016 р. – 102%, 2017 – 109%. Імпорт є ефективним.

Отже, проаналізувавши зовнішньоекономічну діяльність підприємства маємо, що у 2017 році в структурі експорту найбільшу частину складали Білорусія (14,83%), Ізраїль (12,45%), Грузія (10,99%), Молдова (11,11%), США (12,52%). найбільший приріст імпорту у 2017 році в порівнянні з 2016 роком було з таких країн, як Китай (37,81%), Грузія (37,71%) та Молдова (19,8%). Найбільшу складову імпорту у 2017 році складають такі країни, як Китай (14,10%), Туреччина (17,96%), Польща (17,43%) та Молдова (15,41%). Імпорт та експорт на підприємстві є ефективним.

2.3. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак»

Дослідження конкурентоспроможності підприємства – одне з головних завдань необхідне для успішного функціонування на ринку. Обране підприємство ПрАТ «Чумак» - компанія національного рівня, одне з найбільших підприємств в Україні. Основна діяльність компанії - виробництво продуктів харчування. "Чумак" пропонує споживачам кетчупи, соуси, майонези, томатну пасту, соки, соняшникову олію, консервовані овочі та макаронні вироби.

Більшу частину своєї продукції ПрАТ «Чумак» реалізовує на внутрішньому ринку України (майже 75% у 2017 році), тому для оцінки міжнародної конкурентоспроможності було обрано ринок України, на якому діють, як вітчизняні, так і зарубіжні підприємства. В процесі дослідження було оцінено 28 компаній, серед яких 4 є найбільшими, зокрема, ПрАТ «Чумак», ПрАТ «Волиньхолдинг» (ТМ «Торчин»), ТОВ «АСС» (ТМ «Помідора»), ЧП «Віктор і К» (ТМ «Королівський смак»), ТОВ «Щедро» (ТМ «Щедро»). Ринок можна умовно поділити на 3 цінові сегменти: економ; середній; преміум.

Більшу частку українського ринку займають вітчизняні виробники. Найчастіше, українські виробники виготовляють соуси економ і середньої цінової категорії. Для підвищення продажів компанії намагаються розширити свій асортимент. На вартість продукції сильно впливають ціни на сировину. Для кетчупів і томатних соусів це ціни на помідори. Для майонезів і соусів на майонезній основі це ціни на соняшникову олію і яйця. Збільшення вартості інгредієнтів для соусів підвищує вартість його виробництва.

ПрАТ «Чумак» в перше випустила кетчуп для українських споживачів в 1996 році. З 1997 року компанія «Чумак» співпрацює з McDonald's Україна. Сьогодні вона поставляє більше 10 видів продукції

для McDonald's. Компанія випускає різні види соусів наведених у таблиці 2.20.

Таблиця 2.20

Структура асортименту товарів ПрАТ «Чумак»

Група	Найменування
Кетчупи	«Light з екстрактом листя стевії », «Red hot з гострим перцем», « 3 жовтих херсонські томати», «Ніжний», «Ніжний для дітей», «До шашлику», «Томатний», «Гриль», «Чилі»).
Майонези	(«Справжній», «Апетитний», «Провансаль», «Справжній Легкий», «Пісний», «Оливковий», «Вершковий», «Салатний
Томатні соуси	«Херсонський», «Томатний фірмовий»
Соус Кухарський	(«Кухарський класичний», «Кухарський з овочами», «Кухарський з прянощами»
Соуси-приправи	«Базіліката», «Сирний», «Тартар», «Французький з гірчицею», «Техаський барбекю», «Карпатський з грибами», «Айолі з часником», «Сацебелі», «Грузинський», «Болгарський зі солодким перцем», «Козацький з хріном».

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Найближчим часом компанія планує почати поставки своєї продукції на ринки Скандинавії (Швеція, Данія і Норвегія). Компанія поставляє свою продукцію в країни ЄС: Угорщини, Польщі, Чехії і т.д. У Прибалтиці кетчупи компанії «Чумак» входять в трійку лідерів. Також «Чумак» виробляє продукцію для приватних марок європейських торгових мереж. Компанія поставляє кетчупи і майонези в США під ТМ «Chumak».

Для аналізу було обрано такі найбільші торгові марки «Чумак», «Торчин», «Королівський смак», «Barrilla», «Щедро», «Помідора», Heinz ті інші компанії, які мають незначні частки ринку.

Ємність ринку соусів України відповідно до торгових марок, що працюють на даному ринку наведено в таблиці 2.21.

Таблиця 2.21

Обсяг реалізації досліджуваної продукції за 2013-2017, тис тонн

Підприємство	2013	2014	2015	2016	2017
Торчин	118,28	125,16	133,56	136,87	141,03
Чумак	66,57	70,89	68,65	67,19	62,28

Продовження таблиці 2.21

Королівський смак	20,11	21,55	15,73	1369,17	11,38
Barrilla	5,13	4,22	5,74	7,86	9,17
Верес	9,55	12,64	11,93	12,25	12,73
Помідора	7,97	6,08	6,12	5,32	3,74
Heinz	2,54	2,72	4,94	6,21	10,31
Інші	0,99	1,07	3,20	4,16	9,09
Всього	231,151	244,3	249,65	253,55	259,72

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

В таблиці 2.22 наведена частка ринку конкурентних компаній у 2013 – 2017 рр.

Таблиця 2.22

Динаміка частки компаній на досліджуваному ринку за 2013-2017, %

Підприємство	2013	2014	2015	2016	2017
Торчин	51,17	51,23	53,5	53,98	54,3
Чумак	28,8	29,02	27,5	26,5	23,98
Королівський смак	8,7	8,82	6,3	5,4	4,38
Barrilla	2,22	1,73	2,3	3,1	3,53
Верес	4,13	5,18	4,78	4,83	4,9
Помідора	3,45	2,49	2,45	2,1	1,44
Heinz	1,1	1,11	1,98	2,45	3,97
Інші	0,43	0,44	1,28	1,64	3,5
Всього	100	100	100	100	100

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Як бачимо, найбільшу частку ринку має торгова марка «Торчин» (51,17 – 54,3% у 2013 – 2017 рр.), другу позицію займає ТМ «Чумак» (28,8 – 23,98% у 2013 – 2017 рр.).

Індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ) — показник, який використовується для визначення ринкової концентрації та показує, яке

місце, частку на певному ринку (ринкову частку) займають більш дрібні суб'єкти господарювання.

ННІ = 544,32. Значення менше, ніж 1000, тобто ринок конкурентний.

Для дослідження конкурентної ситуації на ринку необхідно побудувати конкурентну карту ринку. Конкурентна карта ринку являє собою класифікацію конкурентів по займаній ними позиції на ринку й слугує для визначення статусу конкурентів і систематизації конкурентних переваг. В таблиці 2.23 проведені необхідні розрахунки для побудови конкурентної карти ринку.

Таблиця 2.23

Розрахунки для побудови конкурентної карти ринку

Показник	Розрахунок
Середня ринкова частка фірми на релевантному ринку	$1 / 28 = 0,036$
Середня ринкова частка фірм із слабкою конкурентною позицією	$(0,0353 + (0,4541/21)) / 22 = 0,003$
Середня ринкова частка фірм із сильною конкурентною позицією	$(0,0995 + 0,1143 + 0,0938 + 0,079 + 0,0544 + 0,0697) / 6 = 0,085$
Темп зростання ринку	$(259,715 / 269,2) - 1 = -0,035$

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Положення фірми в межах кожної групи визначається величиною ринкової частки. Розподіл ринкових часток дозволяє виділити ряд стандартних положень підприємств на ринку. До них відносяться лідери ринку - з максимальними значеннями часток, аутсайтери - що займають скромні позиції, проміжні групи. При всій важливості показника ринкової частки, необхідно мати на увазі, що він являє собою статичну оцінку на певний момент часу. У зв'язку з тим, що ситуація на ринку досить динамічна, необхідно знати тенденції зміни даного показника і пов'язане з нею зміна конкурентної позиції підприємства. Зазначені тенденції можна

оцінити за допомогою величини темпу зростання ринкової частки. Темпи приросту ринкових часток діючих компаній на ринку розраховані в таблиці 2.24.

Таблиця 2.24

Темпи приросту ринкових часток підприємств на досліджуваному ринку

Підприємство	Темп приросту 2017/2016, %	Темп приросту 2016/2015, %	Темп приросту 2015/2014, %	Темп приросту 2014/2013, %
Торчин	0,01	0,01	0,04	0,01
Чумак	-0,09	-0,03	-0,05	0,01
Королівський смак	-0,18	-0,14	-0,29	0,01
Barrilla	0,14	0,35	0,33	-0,22
Щедро	0,01	0,01	-0,07	0,25
Помідора	-0,31	-0,14	-0,015	-0,28
Heinz	0,62	0,24	0,78	0,01

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Згідно даних розрахунків маємо, що найбільший темп приросту має «Barrilla» та «Heinz». Негативну динаміку займає «Королівський смак» та «Помідора» за темпами приросту ринкових часток у 2013-2017 рр. Відповідно до аналітичних даних необхідно розрахувати наступні показники:

1. Середньоквадратичне відхилення ринкових часток фірм із слабкою конкурентною позицією: 0,0017.
2. Середньоквадратичного відхилення ринкових часток фірм із сильною конкурентною позицією: 0,019.
3. Середньоквадратичного відхилення темпів приросту ринкових часток фірм: 0,148.

Для коректності проведення процедур важливо окреслити аналізований географічний ринок. Згідно даних розрахунків побудуємо конкурентну карту ринку (таблиця 2.25).

Таблиця 2.25

Конкурентна карта ринку у 2017 році

Класифікація за темпом зростання ринкової частки	Класифікація за розміром ринкової частки				
		Лідер	Сильна конкурентна позиція	Слабка конкурентна позиція	Аутсайдер
	Швидке покращення конкурентної позиції	Торчин			
	Покращення конкурентної позиції	Чумак	Barilla Heinz		
	Погіршення конкурентної позиції			Королівський смак Щедро●	Помідора
	Швидке погіршення конкурентної позиції				

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Відповідно до проведеного аналізу маємо, що лідером ринку ТМ «Торчин». Сильну конкурентну позицію мають «Barrilla» та «Heinz».

Оцінка цінової конкурентоспроможності проводиться, шляхом порівняння цін підприємств-конкурентів, з метою дослідження цін підприємств-конкурентів та оцінки конкурентного становища досліджуваного підприємства. Цінова конкуренція ведеться за допомогою зниження ціни на товар. Додатковий прибуток витягується в результаті зниження витрат виробництва і реалізації товару, збільшення обсягу збуту без зміни асортименту і якості. Вважається, що ціновий метод конкуренції ускладнює планування та управління підприємством, дозволяє конкурентам прийняти аналогічні кроки у відповідь. Вихідні дані про обсяги реалізації та ціни на аналогічні товари підприємств-конкурентів наведені у таблиці 2.26.

Таблиця 2.26

Вихідні дані щодо обсягів реалізації та ціни на продукцію ПрАТ «Чумак» та основних конкурентів

Назва товару	ТМ "Чумак"		ТМ "Торчин"		ТМ "Королівський смак"		ТМ "Barrilla"		ТМ "Щедро"		ТМ "Помідора"		ТМ "Heinz"	
	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %
Кетчуп "До шашлику"	16	39,7	14,5	29,1	16	9,11	35	4,2	12	7,12	12	4,11	47	3,5
Кетчуп "Ніжний"	14	37,2	13	24,4	13	8,13	38	3,1	14	11,56	14	6,9	44	4,1
Кетчуп "Чилі"	14	39,9	13	28,3	15	7,15	37	2,9	13	7,2	13	5,1	49	5,2
Майонез "Салатний"	19	27,5	19,5	46,1	23	9,25	-	-	21	10,1	20,5	9,1	-	-
Майонез "Проансаль"	19,5	33,2	18	44,3	21,5	10,5	-	-	22	11,2	21	8,7	-	-
Майонез "Легкий"	18,5	29,1	18	47	22	15,8	-	-	22,5	12,7	21	6,5	-	-
Томатний соус	17	39,7	15	29,6	16	8,5	47	6,9	18	8,7	23	6,2	47	6,3
Приправа "Барбекю"	20	36,35	19	23,13	17	13,45	55	7,1	18,5	9,3	25	4,11	53	2,11
Сирний соус	17,5	24,1	18,5	26,11	20	12,9	43	6,5	21	9,1	20,5	7,3	38	3,14

Нормалізація показників для визначення індексу цінової конкуренції

Назва товару	ТМ "Чумак"		ТМ "Торчин"		ТМ "Королівський смак"		ТМ "Barrilla"		ТМ "Щедро"	
	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %	Ціна, грн	обсяг, %
Кетчуп "До шашлику"	1,33	39,7	1,21	29,1	1,33	9,11	2,92	4,2	1	7,12
Кетчуп "Ніжний"	1,08	37,2	1	24,4	1	8,13	2,92	3,1	1,08	11,5
Кетчуп "Чилі"	1,08	39,9	1	28,3	1,15	7,15	2,85	2,9	1	7,2
Майонез "Салатний"	1	27,5	1,03	46,1	1,21	9,25	-	-	1,11	10,1
Майонез "Проансаль"	1,08	33,2	1	44,3	1,22	10,5	-	-	1,22	11,2
Майонез "Легкий"	1,03	29,1	1	47	1,22	15,8	-	-	1,25	12,7
Томатний соус	1,13	39,7	1	29,6	1,07	8,5	2,61	6,9	1,2	8,7
Приправа "Барбекю"	1,18	36,35	1,12	23,13	1	13,45	3,24	7,1	1,09	9,3
Сирний соус	1	24,1	1,09	26,11	1,14	12,9	2,46	6,5	1,2	9,1

Таблиця 2.28

Розрахунок цінової конкурентоспроможності підприємства на досліджуваному ринку

Назва ТМ	ІЦК
«Чумак»	1,14
«Торчин»	1,11
«Королівський смак»	1,17
«Barrilla»	3,35
«Щедро»	1,19
«Помідора»	1,44
«Heinz»	3,32

Оскільки ціна оптимізується до мінімуму найбільш конкурентоспроможною буде ТМ «Торчин».

Отже, ПрАТ «Чумак» 75,3% реалізовує на внутрішньому ринку, на якому діють як вітчизняні виробники так і іноземні компанії. Ринок досліджуваної продукції є конкурентним. Олігопольне ядро формують 5 головних компаній. Згідно проведених аналізів міжнародної конкурентоспроможності маємо, що лідером ринку ТМ «Торчин». Сильну конкурентну позицію мають ТМ «Barrilla» та ТМ «Heinz».

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Проаналізувавши фінансово-економічний стан підприємства маємо, що в 2014-2016 рр. підприємство отримувало збиток, що негативно вплинуло на всі головні аналітичні показники діяльності підприємства. В структурі активів підприємства значну частку складають оборотні активи. Динаміка пасивів підприємства показала, що у 2013-2017 рр. відбулося кількісне зменшення власного капіталу, в той час як кількість зобов'язань збільшилась, це говорить про те, що підприємство формує виробничі фонди за рахунок запозичень, а не з власних ресурсів. Чистий дохід від реалізації з 2013-го

року збільшувався, в той час як компанія отримувала збиток, за рахунок великої собівартості реалізованої продукції та фінансових витрат. Лише у 2017 р. компанія отримала чистий прибуток. Довжина операційного циклу майже є стабільною ,окрім 2015р., коли вона зменшилась майже на 71%, в порівнянні з 2014р. Довжина фінансового циклу зменшилась в 2017 році, в порівнянні з 2013 роком.

З аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства маємо, що у 2017 році в структурі експорту найбільшу частину складали Білорусія (14,83%), Ізраїль (12,45%), Грузія (10,99%), Молдова (11,11%), США (12,52%). найбільший приріст імпорту у 2017 році в порівнянні з 2016 роком було з таких країн, як Китай (37,81%), Грузія (37,71%) та Молдова (19,8%). найбільше ПрАТ «Чумак» імпортують з таких країн, як Туреччина(435,33 тис. грн.), Польща (422,05 тис.грн) та Грузія (384,89) у 2013 році. У 2017 році в структурі імпорту найбільшу частину склали Грузія (2079,38 тис.грн), Туреччина (1877,67 тис. грн), Польща (1822, 9 тис. грн) та Молдова (1610 тис. грн). Найбільшу складову імпорту у 2017 році складають такі країни, як Китай (14,10%), Туреччина (17,96%), Польща (17,43%) та Молдова (15,41%). Імпорт та експорт на підприємстві є ефективним.

ПрАТ «Чумак» 75,3% реалізовує на внутрішньому ринку, на якому діють як вітчизняні виробники так і іноземні компанії. Ринок досліджуваної продукції є конкурентним. Згідно проведених аналізів міжнародної конкурентоспроможності маємо, що лідером ринку ТМ «Торчин». Сильну конкурентну позицію мають «Barrilla» та «Heinz».

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЧУМАК»

3.1. Резерви підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПРАТ «ЧУМАК».

Під резервами зростання конкурентоспроможності мають на увазі невикористані в повному обсязі можливості підприємства, пов'язані зі скороченням витрат виробництва й покращення діяльності на відповідному ринку. Наявність невикористаних можливостей виникає внаслідок появи нових можливостей виробництва та зміни ринкової ситуації у зв'язку з безперервним науково-технічним прогресом, що безпосередньо впливає на зростаючі вимоги до кваліфікації кадрів і освоєння нової техніки та технологій.

Проаналізувавши фінансово-економічний стан, зовнішньоекономічну діяльність та конкуренту позицію ПРАТ «Чумак» було виявлено наступні резерви підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

1. Зниження собівартості готової продукції, за рахунок оновлення матеріально-технічної бази та покращення виробництва.

У традиційному уявленні найважливішими шляхами зниження витрат є економія всіх видів ресурсів, споживаних у виробництві: трудових і матеріальних.

Так, значну частку в структурі витрат виробництва займає оплата праці. Тому актуальна задача зниження трудомісткості, росту продуктивності праці, підвищення рівня автоматизації виробництва та управління логістичними поставками сировини та готової продукції.

Зниження трудомісткості продукції й зростання продуктивності праці можна досягти різними способами. Найбільш ефективні з них - механізація і автоматизація виробництва, розробка і застосування прогресивних, високопродуктивних технологій, заміна та модернізація застарілого обладнання. Однак тільки заходи щодо удосконалювання застосовуваної техніки і технології не дадуть належної віддачі без поліпшення організації виробництва і праці.

Важливе значення для підвищення продуктивності праці має належна його організація: підготовка робочого місця, повне його завантаження, застосування передових методів і прийомів праці й ін.

Матеріальні ресурси займають значну частку у структурі витрат на виробництво продукції. Звідси зрозуміло значення економії цих ресурсів, раціонального їх використання. На перший план тут виступає застосування ресурсозберігаючих технологічних процесів. Важливо й підвищення вимогливості і повсюдне застосування вхідного контролю за якістю надходять від постачальників сировини і матеріалів, комплектуючих виробів та напівфабрикатів.

Скорочення витрат по амортизації основних виробничих фондів можна досягти шляхом кращого використання цих фондів, максимального їх завантаження.

2. Удосконалення роботи на діючому ринку та розширення діяльності на нових ринках збуту.

Для удосконалення роботи на ринках діяльності та захоплення нових ринків підприємству слід обрати стратегії, за якими будуть досягнуті поставлені цілі.

Стратегія конкурентоспроможності підприємства включає комплекс стратегій. В результаті аналізу діяльності підприємства його зовнішнього та внутрішнього середовища, було запропоновано наступні стратегії (рис. 3.1).



**Рис.3.1 Потенціал впровадження стратегій конкурентоспроможності
ПрАТ «Чумак»**

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Для формування конкурентних переваг ПрАТ “Чумак”, пропонується обрати стратегію зниження собівартості. В рамках цієї стратегії формується ціна менша, ніж у головних конкурентів, за рахунок масштабу виробництва та зменшення собівартості продукції. Головним чинником для зменшення собівартості продукції є використання сучасних технологій. Всі дії пов’язанні зі зменшенням собівартості продукції не повинні вплинути на її якість.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства, необхідно обрати товарно-ринкову стратегію. В рамках цієї стратегії головні дії розподіляються за двома ключовими напрямками: товар та ринок, визначають асортимент, номенклатуру, обсяг виробництва продукції, а також специфіку їх реалізації та питання з освоєння виробництва нової продукції або відмови від старої.

3. Вдосконалення маркетингової політики (використання інноваційних маркетингових інструментів).

Для інноваційної маркетингової політики необхідно обрати маркетингову стратегію, яка буде включати шляхи досягнень поставлених цілей.

Маркетингові інновації - реалізовані нові або значно покращені маркетингові методи, що охоплюють істотні зміни в дизайні та упаковці продуктів, використання нових методів продажів і презентації товарів, робіт, послуг; їх представлення та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій. Маркетингові інновації спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів, розширення їх складу, відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажу. Зміни в дизайні продукту, що є частиною нової маркетингової концепції, ставляться до змін у формі і зовнішньому вигляді продукту, які не впливають на його функціональні і призначені для користувача характеристики. .

Використання нових методів продажів і презентації продуктів пов'язано з розширенням продажів і не включає методи логістики (транспортування та зберігання). Використання нових методів представлення та просування продуктів означає застосування відповідних нових концепцій. Інновації у формуванні цін передбачають використання нових цінових стратегій для торгівлі продуктами і послугами фірми. Сезонні, регулярні або інші поточні зміни в маркетингових інструментах, як правило, не є маркетинговими інноваціями.

Головним критерієм розмежування є наявність істотних змін у функціях або способи використання продукту. Продукти або послуги, функціональні або споживчі характеристики яких суттєво покращені в порівнянні з існуючими, представляють собою продуктові інновації. Зміна дизайну існуючого продукту є маркетинговою, а не продуктовою інновацією, якщо його функціональні або споживчі характеристики не зазнали значних змін.

На даному етапі розвитку маркетингу до інноваційних інструментів можна віднести:

- розвиток соціальних медіа;
- створення сучасних додатків та каналів.

4. введення в асортимент органічної екологічної продукції.

В останні роки ринок традиційних харчових продуктів залишається практично незмінним, в той час як ринок органічних продуктів стрімко зростає. При цьому, якщо ринок органічної продукції Західної Європи має щорічні темпи приросту в межах 7-10%, то для Східної Європи цей показник складає 20% щороку. Саме тому, на думку експертів - це ринок майбутнього.

Ринок екологічної та органічної продукції – це великі перспективи для розвитку ПрАТ “Чумак”. Збутова діяльність за таких умов відбувається здебільшого на зовнішніх ринках, так як в розвинутих країнах найбільш популярними є тренди на здоровий спосіб життя та органічну продукцію.

Органічне виробництво - прибутковий та перспективний бізнес. За інформацією комерційної служби Посольства США в Україні, середня окупність інвестицій в українське органічне землеробство становить близько 300%, що робить його одним із найпривабливіших напрямів для інвестицій в Україну.

Ринок екологічно чистих товарів в Україні має певні особливості:

- він швидко зростає, що робить його особливо привабливим для учасників ринкових відносин, проте вихід на цей ринок вимагає значних капіталовкладень і характеризується високим ризиком;
- критерії віднесення товарів до екологічно чистих розпливчасті та неструктуровані. Багато хто зі споживачів вважають приставку "біо" гарантією екологічної чистоти, у цілому ж термін "екологічна чистота" трактується всіма (100 %) респондентами як відсутність консервантів, синтетичних добавок і барвників;
- сформувався окремий і дуже важливий сегмент споживачів екологічно чистих товарів, у першу чергу продуктів харчування, - це діти. Насичення ринку екологічно чистими товарами для цього сегменту населення повинно стати першочерговим завданням.

Варто також відмітити, що актуальність проблем охорони навколишнього середовища з кожним десятиріччям підвищується. Продукція, що виготовляється, а також сама виробнича система будь-якого

рівня є потенційним джерелом забруднення довкілля. Останнім часом дедалі більше зростає значення показників екологічності під час сертифікації та оцінювання конкурентоспроможності продукції та підприємств на всіх стадіях їх життєвого циклу.

Нормативною базою екологічної підготовки виробництва є: природоохоронні норми і правила проектування та будівництва; норми і правила охорони тваринного та рослинного світу; сучасні та очікувані параметри фізичних, біологічних та соціально-екологічних умов, що безпосередньо пов'язані з новою продукцією та технологією; проектний опис супроводження процесу її освоєння, виготовлення та експлуатації виробів (використання технологій) з точки зору екологічних аспектів впливу на середовище (транспортування, водопостачання, зберігання сировини, допоміжних матеріалів та продукції тощо).

ПрАТ «Чумак» необхідно активно розвивати напрям екологічної та органічної продукції. Для цього на підприємстві необхідно виділити кошти та організувати відповідальний підрозділ, який поступово буде займатись дослідженням ринку органічних та екологічних продуктів з метою задоволення існуючого попиту на цьому ринку. Ринок цих товарів є дуже перспективний, в особливості, якщо товари експортувати в розвинені країни, де дані товари є затребувані.

5. Покращення діяльності ПрАТ «Чумак», шляхом використання досягнень науково-технічного прогресу.

Ефективна інноваційна діяльність дає можливість підприємству посісти найбільш вигідне, стійке положення на ринку, отримати додаткові конкурентні переваги. Щоб активізувати інноваційну діяльність, потрібно визначити впливові фактори, розвинути інноваційні можливості підприємства, організаційно забезпечити процес моніторингу інноваційних можливостей підприємства та розробити моделі оцінки, що дозволить вибрати найбільш ефективну інноваційну можливість із метою формування конкурентних переваг.

Щоб забезпечити конкурентоспроможність на практиці, слід розробити дієві заходи для досягнення або підвищення рівня конкурентоспроможності різних об'єктів (менеджменту, персоналу, виробництва, продукції, підприємства загалом тощо), які, відповідно до стратегічної мети, сприяють реалізації певного рівня конкурентоспроможності підприємств конкретної галузі.

Інноваційний шлях розвитку за своєю суттю орієнтований на збільшення доходів, на відміну від екстенсивного і інтенсивного варіантів розвитку, орієнтованих на збільшення обсягів виробництва і зниження витрат відповідно. Крім того, орієнтація суб'єкта господарської (підприємницької) діяльності на інноваційний розвиток дозволяє йому адаптуватися до змін умов зовнішнього середовища і тривалий час утримуватися на ринку.

Ефективність функціонування та розвиток підприємницьких структур в сучасних умовах господарювання неможливий без формування економічно обґрунтованої стратегії інноваційного розвитку. Проте кризові явища в економіці постійно гальмують інноваційний розвиток підприємства залишаючи більшість креативних рішень на ідейній стадії, унеможливаючи їх практичне втілення. Актуального значення за таких умов набуває створення ефективної системи управління інноваційними процесами на всіх етапах розвитку підприємства. Формування такої системи вимагає комплексного дослідження перспектив науково-технічного розвитку підприємства, розробки та впровадження саме таких проектів, які базуються на нововведеннях та мають інноваційний характер.

6. Впровадження інноваційних інструментів управління на ПрАТ «Чумак».

Основними напрямками удосконалення системи управління підприємством є:

- перегляд та зміна організаційної структури управління підприємством;

- оптимізація організації менеджменту і бізнес-процесів через поліпшення системи планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємства;
- удосконалення управління виробничими ресурсами і запасами;
- підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві, поліпшення якості продукції.

Тому, з огляду на вище зазначені особливості, для більш ефективного функціонування підприємству в сучасних умовах, при побудові системи управління слід враховувати наступні фактори:

- виробничий процес має бути достатньо гнучким, що дозволить швидко змінювати асортимент продукції. Це фактор, насамперед, зумовлений застосуванням у виробництві нової техніки, впровадження прогресивних технологій виробництва та охорони навколишнього середовища;
- нові технології виробництва, що спонукають за собою нові форми контролю, організації та розподілу праці;
- конкуренцію як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку;
- приймати до уваги необхідність врахування невизначеності зовнішнього середовища;
- враховувати вимоги до рівня якості обслуговування споживачів;
- враховувати зміну структури попиту.

7. Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Чумак».

Зазвичай на базі одного підприємства можна здійснити випуск різних видів продукції. Тому можна стверджувати, що альтернативні види продукції конкурують за виділення для їх виробництва відповідної сировини і матеріалів, виробничих потужностей, промислово-виробничого персоналу, транспортних засобів, приміщень та інших елементів, які забезпечують нормальне здійснення процесів виробництва, збереження і збуту продукції.

До важливих і ефективних шляхів цілеспрямованого підвищення якості та конкурентоспроможності продукції на світовому і національному ринках небезпідставно відносять поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації і забезпечення заданого рівня якості. Адже саме стандарти і технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів щодо технічного рівня та інших якісних характеристик виробів, тенденції розвитку науки і техніки. Однак у ринкових умовах господарювання організаційні чинники підвищення якості продукції на усіх підприємствах повинні мати більш широке використання. До таких чинників необхідно відносити:

- запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління ним, які уможливають ефективне застосування високоточної техніки і прогресивної (бездефектної) технології;
- удосконалення методів технічного контролю і розвиток масового самоконтролю на усіх стадіях виготовлення продукції;
- розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами і споживачами продукції;
- вивчення і запровадження позитивного досвіду, накопиченого зарубіжними і вітчизняними підприємствами у галузі проектування і виготовлення високоякісних виробів тощо.

Отже, відповідно до проведених фінансово-економічного аналізу, аналізу зовнішньоекономічної діяльності та аналізу міжнародної конкурентоспроможності підприємства було виявлено ряд резервів, завдяки яким ПрАТ “Чумак” може підвищити свою конкурентоспроможність. Зокрема, зниження собівартості продукції, підвищення конкурентоспроможності продукції, вдосконалення управління підприємством та бізнес-процесами, випуск органічної продукції, вдосконалення маркетингової політики підприємства, покращення діяльності ПрАТ «Чумак», шляхом використання досягнень науково-технічного прогресу.

3.2. Розробка комплексу заходів підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак».

Для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» необхідно розробити комплекс заходів відповідно до виявлених резервів. Головними заходами було обрано наступні: вдосконалення маркетингової діяльності, шляхом впровадження інноваційного маркетингу; зменшення собівартості продукції, завдяки підвищенню ефективності виробництва; розширення ринків збуту продукції компанії; просування на ринок екологічної та органічної продукції.

1. Використання інноваційного маркетингу на підприємстві. Інноваційний маркетинг – це діяльність на ринку нововведень, спрямована на формування або виявлення попиту з метою максимального задоволення запитів і потреб, що базується на використанні нових ідей щодо товарів, послуг і технологій, які найкраще сприяють досягненню завдань організації та окремих виконавців. Під інноваціями в маркетингу слід розуміти використання вдосконалених чи нових методів та інструментів маркетингу під час процесу створення й розповсюдження товару (технології, послуги, управлінського рішення) з метою ефективнішого задоволення потреб і запитів споживачів та виробників.

Головними напрямками вдосконалення маркетингової політики є:

- розробка маркетингової стратегії формування конкурентних переваг. Формування нових конкурентних переваг є найважливішим моментом у досягненні підприємством сталої конкурентної позиції на ринку. Механізм формування нових конкурентних переваг базується на ефективній взаємодії умов функціонування підприємства й факторів, що формують його ресурсний потенціал.
- маркетингова компанія в соціальних мережах. На даному етапі розвитку маркетингу особливе місце займає наявність сторінок в соціальних мережах

та активність на даних сторінках. Соціалізація в сучасному світі набула таких масштабів, що майже кожний індивід має власну сторінку в соціальних мережах. Для інформування споживачів необхідно створити сторінки, на яких буде з'являтися інформація про новини компанії, про нову продукцію та її характеристики.

- створення нової рекламної кампанії. Даний захід включає в себе розробку нових відео-роликів, банерів, а також використання інтернет-маркетингу. Одним із найважливіших інструментів в інтернет-маркетингу є реклама. Реклама в Інтернеті надає споживачеві можливість отримати необхідну інформацію в будь-який час. Будь-який споживач може вчасно отримати інформацію про товар. Реклама в Інтернеті набагато економніша інших її видів. Використовуючи інтернет-маркетинг, можна легко і швидко провести рекламну компанію в іншій країні. Реклама в Інтернеті – це ряд заходів із просування інтернет-ресурсу або продукту, інформацію про який містить інтернет-ресурс, у глобальній мережі і включає в себе такий арсенал інструментів: пошукова оптимізація (просування); контекстна реклама; медіа реклама; банерна реклама; інтерактивна реклама; e-mail маркетинг; віртуальний маркетинг; прихований маркетинг.

Затрати на нову маркетингову політику складають 155 000 грн. (розробка й реалізація нової маркетингової стратегії – 20 000 грн., оформлення та ведення соціальних мереж – 30 000 грн, створення нової реклами, зокрема інтернет-реклами – 105 000 грн.) У таблиці 3.1 наведено розрахунки окупності витрачених коштів на нову маркетингову політику.

Норма дисконтування = 10,10%

Таблиця 3.1

Оцінка інвестицій в нову маркетингову політику ПрАТ “Чумак”

Рік	Доходи	Витрати	Результати	Коефіцієнт дисконтування	Дисконтовані результати
1	0,00	100 000	-100 000	0,91	-90 826,52
2	50 000	30 000	20 000	0,82	16 498,91

Продовження таблиці 3.1

3	100 000	25 000	75 000	0,75	56 195,21
4	100 000	0,00	100 000	0,68	68 053,54
5	50 000	0,00	50 000	0,62	30 905,33
NPV= 80 826,48					
PI= 1,52					
IRR= 21%					

Як бачимо з розрахунків дана інвестиція буде ефективною, так як $NPV > 0$, $PI > 1$, а IRR більше, чим депозитний відсоток в банку. Тому даний проект варто запровадити на підприємстві.

2. Зменшення собівартості продукції, завдяки підвищенню ефективності виробництва.

В умовах ринкової економіки, коли головною метою підприємств є прагнення до одержання максимального прибутку, зниження собівартості продукції стає головним чинником на шляху його підвищення.

Собівартість продукції є важливою економічною категорією та показником, на підставі якого можна аналізувати ефективність використання підприємством різноманітних видів ресурсів, а також про рівень організації праці на підприємстві.

Основним джерелом зниження собівартості продукції є зростання продуктивності праці. Це обумовлюється тим, що, по-перше, за рахунок зростання продуктивності праці досягається економія заробітної плати, так як зростання продуктивності праці призводить до скорочення витрат на виробництво продукції, а по-друге, завдяки зростанню продуктивності збільшується випуск продукції, за рахунок чого досягається зниження собівартості продукції шляхом економії непропорційних витрат.

Друге джерело – зменшення витрат на матеріали, паливо, енергію – має найважливіше значення для матеріалоемних галузей. Зменшення витрат матеріалів здійснюється шляхами: скорочення витрат, заміна дорогих

матеріалів більш дешевими, зменшення витрат на постачання матеріалів, покращення нормування витрат матеріалів.

Скорочення витрат на обслуговування виробництва та на управління досягається головним чином шляхом зменшення чисельності робітників за рахунок застосування ефективніших методів організації управління та обслуговування виробництва, більш прогресивної техніки.

Найбільш ефективними шляхами зниження собівартості продукції є впровадження економних технологій виробництва на ПрАТ “Чумак”, саме ресурсо-економні, ресурсозберігаючі технології – це вихід для українського товаровиробника.

Для того, щоб досягти зменшенню собівартості продукції, необхідно інвестувати в підвищення ефективності відповідних центрів відповідальності.

Витрати на зменшення собівартості продукції складають: оновлення технічної бази на більш ресурсно-ефективні технології – 750 000 грн. покращення ефективності праці, шляхом підвищення кваліфікацій робітників 150 000 грн., та використання сучасних технологій управління – 150 000 грн. Оцінка ефективності інвестування коштів в зменшення собівартості наведена в таблиці 3.2. Норма дисконтування = 10,10%

Таблиця 3.2

**Оцінка інвестицій в зменшення собівартості продукції ПрАТ
«Чумак»**

Рік	Доходи	Витрати	Результати	Коефіцієнт дисконтування	Дисконтовані результати
1	0,00	500 000,00	-500 000,00	0,91	-454 132,61
2	75 000,00	250 000,00	-175 000,00	0,82	-144 365,50
3	225 000,00	250 000,00	-25 000,00	0,75	-18 731,74
4	275 000,00	0,00	275 000,00	0,68	187 147,24
5	325 000,00	0,00	325 000,00	0,62	200 884,66
6	455 000,00	0,00	455 000,00	0,56	255 439,16
7	645 000,00	0,00	645 000,00	0,51	328 888,34
NPV= 355 129,56					
PI= 1,355					
IRR= 14%					

Відповідно до розрахунків дана інвестиція буде ефективною, так як $NPV > 0$, $PI > 1$, а IRR більше, чим депозитний відсоток в банку. Тому даний проект варто запровадити на підприємстві.

3. Розширення асортименту, шляхом введення в асортимент екологічної та органічної продукції.

Споживачів розвиненого світу турбують не тільки ціни, але й цінності. Вони все більше піклуються про соціальну гармонію, зменшення екологічного занепаду країни та виснаження запасу корисних копалин, а також хочуть, щоб компанії брали активну участь у покращенні світу.

Сучасний споживач сьогодні бере до уваги фактор навколишнього середовища, коли здійснюють покупки, порівняно. Понад 80% європейців вважають, що вплив товару на навколишнє середовище є найважливішим чинником для прийняття рішень щодо придбання того чи іншого товару. Не менш важливим є те, що 90% представників покоління нового тисячоліття (близько 70 мільйонів американців у віці 20-30 років), котрі щорічно витрачають 180 мільярдів доларів, готові перейти на соціально та екологічно відповідальні бренди. Незважаючи на обмежений бюджет, ці споживачі також бажають, щоб продукти були якісними.

В Україні екологічні критерії розробляє національний технічний комітет стандартизації ТК 82 «Охорона довкілля». Стандарт розробляється робочою групою до складу якої входять члени ТК, провідні експерти галузі, технологи, екологи. Перша редакція розробленого стандарту проходить публічне обговорення. Після цього її доопрацьовують та виносять на розгляд Координаційної ради з екологічного маркування. Рішення про схвалення стандарту приймається простою більшістю голосів членів Координаційної ради. Після чого стандарт впроваджується до системи екологічної сертифікації та маркування згідно наказу про прийняття.

Для того, щоб отримати екологічний сертифікат підприємству необхідно: мати енергоефективність технологічного процесу виробництва; зменшувати екологічні впливи у процесі виробництва, забороняються

шкідливі технології оброблення сировини; продукція не повинна містити ГМО; мати натуральні складники; зменшувати вміст токсичних елементів і питомої активності радіонуклідів у готової продукції; зменшувати відходи виробництва та споживання.

Органічне виробництво – це цілісна система господарювання та виробництва харчових продуктів, яка поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного різноманіття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного утримання (добробуту) тварин та метод виробництва, який відповідає певним вимогам до продуктів, виготовлених з використанням речовин та процесів природного походження.

До органів сертифікації належать: «Органік стандарт», Bio.inspecta AG, Ecocert SA, CERES Certification of Environmental Standards GmbH, Control Union Certifications, Kiwa BCS Oeko-Garantie GmbH, Ecoglobe, Istituto Certificazione Etica e Ambientale (ICEA), Lacon GmbH, Suolo e Salute srl, Agreco R.F. Goderz GmbH, Bioagricert S.r.l., Ekoagros, A CERT European Organization for Certification S.A., Letis S.A. [45]

Заборонені речовини для вирощування та виробництва органічної продукції: хімічні добрива, синтетичні речовини, ароматизатори, силікони, ароматизатори, штучні барвники, продукти нафтопереробки.

Основні критерії для отримання екологічного сертифікату продукції: заборона на використання хімічних добрив, заборона на використання продуктів генної інженерії, заборона на використання радіоактивних речовин, заборона на вміст шкідливих хімічних компонентів, вся сировина повинна виготовлятися шляхом сертифікованого органічного землеробства, тільки екологічні технології виробництва.

Для початку компанії пропонується виготовляти певний вид органічної продукції, наприклад, томатної пасти.

Витрати на введення в асортимент нової екологічної та органічної продукції будуть складати: сертифікація продукції та виробництва –

500 000 грн.; витрати на оновлення матеріально-технічної бази, яка відповідає вимогам сертифікації - 3 000 000 грн.; витрати на екологічні матеріали і сировину – 1 000 000 грн.; витрати на підвищення кваліфікації персоналу, який буде залучений в процес виробництва та реалізації нового асортиментного ряду – 300 000 грн.; витрати розробка нової маркетингової компанії – 200 000 грн. Оцінка ефективності інвестицій в проект розширення асортименту наведений в таблиці 3.3.

Норма дисконтування = 10,10%

Таблиця 3.3

Оцінка інвестицій в розширення асортименту

Період	Доходи	Витрати	Результати	Коефіцієнт дисконтування	Дисконтовані результати
1	0,00	3 000 000,00	-3 000 000,00	0,91	-2 724 795,64
2	0,00	1 000 000,00	500 000,00	0,82	412 472,85
3	1 500 000,00	1 000 000,00	1 000 000,00	0,75	749 269,48
4	2 000 000,00	0,00	3 500 000,00	0,68	2 381 873,92
5	3 500 000,00	0,00	4 500 000,00	0,62	2 781 479,86
NPV= 3 600 300,46					
PI= 1,72					
IRR= 31%					

Згідно з проведеною оцінкою, дана інвестиція буде ефективною, так як $NPV > 0$, $PI > 1$, а IRR більше, чим депозитний відсоток в банку. Тому даний проект варто запровадити на підприємстві.

4. Розширення діяльності на ринках збуту, шляхом диверсифікації продукції.

Для розширення діяльності на ринках збуту підприємству необхідно обрати стратегію, відповідно до якої, воно буде проводити всі зміни. Пропонуємо обрати стратегію вертикальної диверсифікації.

Концентрична (вертикальна) диверсифікація – підприємство виробляє товари, які як в технологічному, так і в маркетинговому аспекті пов'язані зі

вже існуючими товарами фірми. Переваги концентричної диверсифікації: гарантія поставок технічних і матеріальних ресурсів; тісний контакт з кінцевими споживачами; контроль всього ланцюга виробництва – від сировини до готової продукції; стабільність господарських зв'язків у межах підприємства.

Розширення асортименту відбувається, шляхом виробництва компанії органічної та екологічної продукції. Головний ринок органічної продукції – ринок ЄС, США, Канада, Японія, Китай. Необхідно сконцентрувати експорт в дані країни і за допомогою цього розширити діяльність на даних ринках збуту.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» було розроблено комплекс заходів відповідно до виявлених резервів. Головними заходами було обрано наступні: вдосконалення маркетингової діяльності, шляхом впровадження інноваційного маркетингу; зменшення собівартості продукції, завдяки підвищенню ефективності виробництва; розширення збуту продукції компанії; вироблення екологічної та органічної продукції.

3.3 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів на підприємстві .

Розрахуємо прогнозні значення показників ПрАТ «Чумак». Для цього складемо прогнозні результати з урахуванням усіх запропонованих заходів: освоєння нових видів продукції, проведення маркетингових заходів, зменшення собівартості продукції, розширення діяльності на ринках збуту. Прогноз будемо з урахуванням того, що доходи від основної діяльності залишаться на рівні попереднього періоду, що аналізується, а зміни будуть пов'язані з перерахованими вище заходами.

В кінцевому підсумку, всі запропоновані заходи сприятимуть підвищенню продуктивності праці, а значить і зростання показників виручки, прибутку і рентабельності підприємства.

Ефект від впровадження нової маркетингової проявляється як в матеріальному так і не матеріальному ефекті. Нематеріальний ефект проявляється в наступних поняттях, таких як: пізнаваність бренду та лояльність споживачів до бренду. Лояльність - це рішучість постійно купувати певний, під одним і тим же брендом продукт, незалежно від ситуації і реклами інших брендів. Впізнаваність бренду відповідає за те, як швидко і легко споживач може дізнатися продукт за зовнішнім виглядом, по образам і елементам дизайну. Впізнаваність бренду на ринку важлива для збереження конкурентоспроможності продукту і довгострокового зростання компанії. Прямого фінансового виміру дані поняття не мають, але компанія та торгова марка все ж таки отримують переваги. В таблиці 3.4 продемонстрована прогнозна динаміка фінансового ефекту від запровадження нової маркетингової політики.

Таблиця 3.4

Прогнозна динаміка ефекту від запровадження нової маркетингової політики на ПрАТ «Чумак» у 2018 – 2020 рр.

Показник	План	Прогноз		Відносне відхилення, %	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019
Ефективність маркетингових заходів, %	3,7	5	7,9	35,14	58,00
Додатковий дохід від маркетингової діяльності, тис. грн.	125,0	221	345	76,8	56,11

Як бачимо з таблиці 3.4 ефективність маркетингових заходів у 2019 році зростає на 35,14% порівняно з 2018 р. та на 58% у 2020р. порівняно з 2019 р. Додатковий дохід від маркетингової діяльності зростає на 76,8% у 2019 році порівняно з 2018 р. та на 56,11% у 2020 р. порівняно з 2019 р.

На рисунку 3.2 зображена динаміка доходу від маркетингової діяльності у 2018 – 2019 рр.

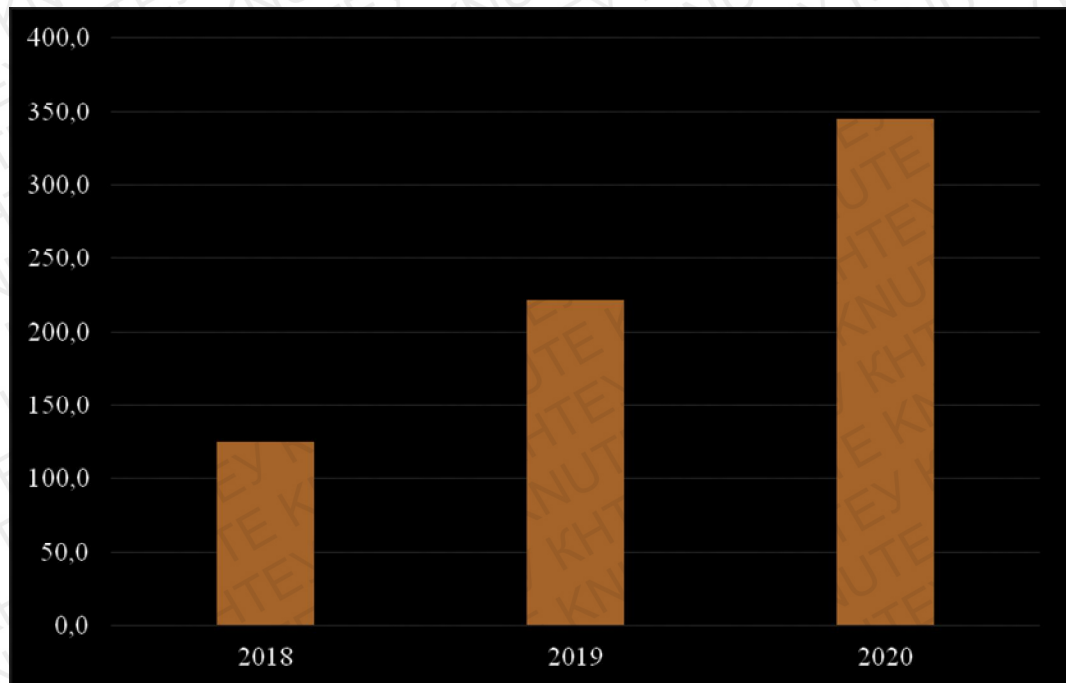


Рис. 3.2. Додатковий дохід від маркетингової діяльності ПрАТ “Чумак” у 2018 – 2020 рр., тис грн.

Для розширення діяльності на ринках збуту була обрана стратегія вертикальної диверсифікації. Переваги вертикальної диверсифікації полягають у поєднанні координації дій з великими можливостями контролю, стабільності господарських зв'язків у межах підприємства, гарантії поставок матеріально-технічних ресурсів, тісному контакті з кінцевими споживачами. Ця стратегія застосовується з метою уникнути надмірної залежності організації від одного стратегічного господарського підрозділу або одного асортиментного набору продукції.

Відповідно до запропонованого заходу розширення діяльності на ринках збуту розраховується прогнозна динаміка. Прогнозна динаміка ефекту від розширення діяльності на ринках збуту у 2018-2020 рр. наведена у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

**Прогнозна динаміка ефекту від розширення діяльності ПрАТ
“Чумак” на ринках збуту у 2018-2020 рр.**

Показник	Факт	План	Прогноз		Відносне відхилення, %		
	2017	2018	2019	2020	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Дохід від експорту, грн.	522267	678946,1	950524,5	1378260	30	40	45
Витрати на експорт, грн.	420212	502923	633683	689130,2	20	26	9
Ефективність експорту	1,24	1,35	1,5	2	9	11	33

Відповідно до таблиці 3.5 дохід від експорту у 2020 р. зросте на 30% в порівнянні з 2019 р. та становитиме 1378260 грн. Дохід від експорту зросте на 40% у 2019р. порівняно з 2018р. Витрати на експорт зростуть на 20% у 2018 р., на 26% у 2019 р., та на 9% в 2020р., в порівнянні з попереднім періодом. Ефективність експорту зросте на 9% у 2018 р., на 11% у 2019 р., на 33% у 2020р.

Збільшення кількості продукції, яка експортується має позитивний вплив на діяльність компанії так, як збільшується прибуток компанії, збільшується об'єми виробництва.

На рис. 3.3 продемонстрована динаміка доходу від експорту 2018-2020 рр.

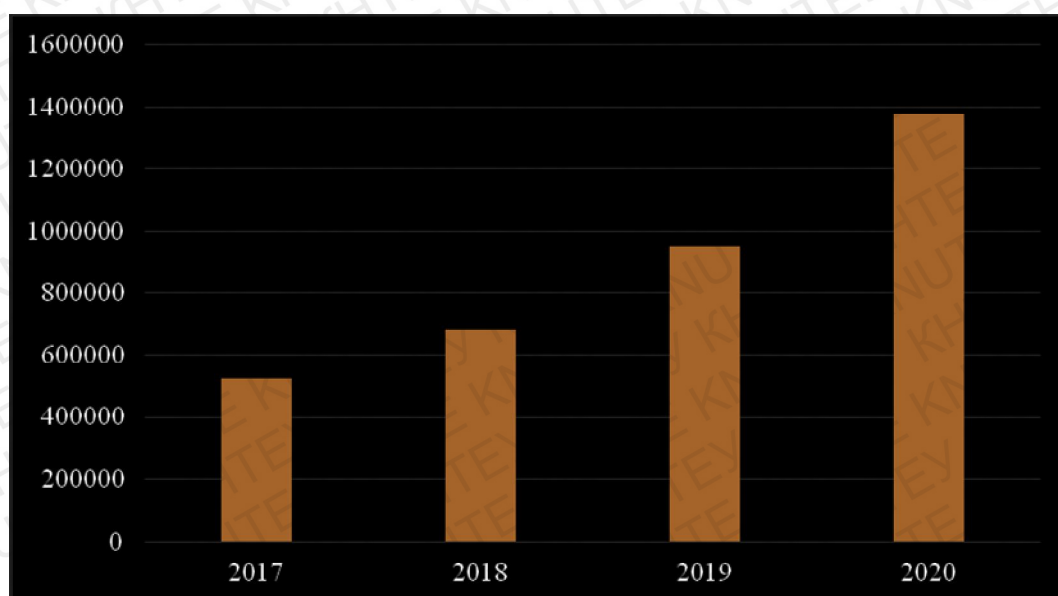


Рис. 3.3. Динаміка ефекту від експорту ПрАТ «Чумак» у 2018-2020 рр., грн.

Рисунок 3.3 наочно демонструє прогностну динаміку ефекту від експорту ПрАТ «Чумак» у 2018- 2020рр.

На рис. 3.4 зображена динаміка витрат на експортну діяльність у 2018 – 2020 рр. 2017 р. –план,

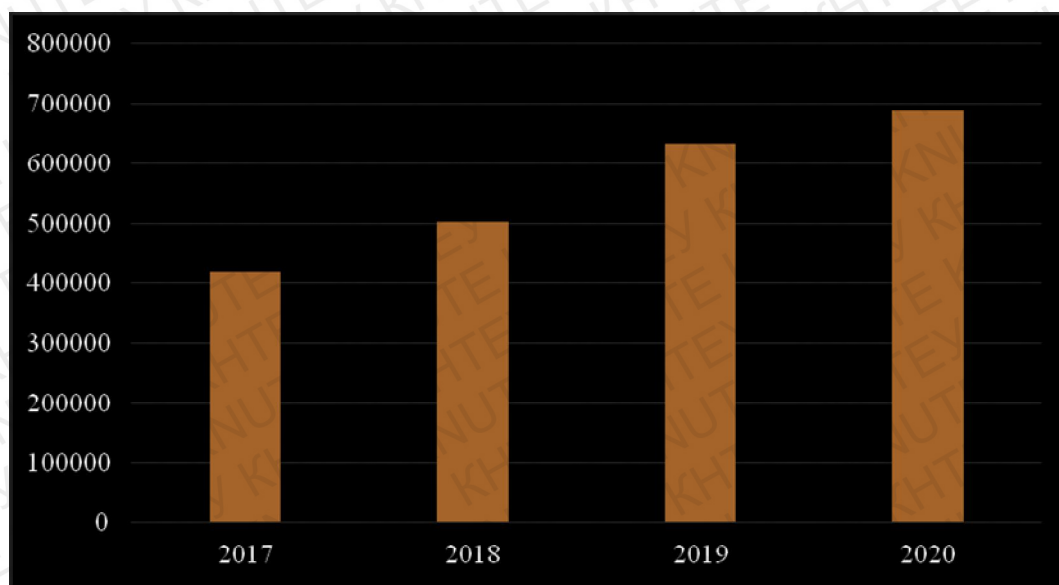


Рис. 3.4. Динаміка витрат на експорт ПрАТ «Чумак» у 2018-2020 рр., грн.

Прогнозується, що до 2023 року світовий ринок органічних продуктів досягне 5,0 млрд. доларів США. Північна Америка та Європа складають половину попиту на органічних продуктів; Північна Америка домінує, за нею йде Європа. Очікується, що домінування розвинутих регіонів продовжиться протягом прогностного періоду через зростання попиту на органічну продукцію в цих регіонах. Очікується, що обізнаність про переваги для здоров'я, пов'язана з споживанням органічних продуктів, підвищить попит протягом прогнозованого періоду.

Ринок органічних продуктів та напоїв сильно роздроблений, а для того, щоб йти в ногу з ринковими темпами та отримати певні конкурентні переваги, компанії постійно прагнуть розвивати нові продукти, за допомогою постійних досліджень. Основний фактор, який допоможе надбати конкурентні переваги є матеріально-технічне оснащення, оснащення

сучасними ресурсозберігаючими технологіями та підвищення кваліфікації персоналу. Також було запропоновано обрати стратегію зниження собівартості продукції. Стимулом для використання стратегії зниження собівартості продукції є значна економія на масштабі виробництва і залучення великої кількості споживачів, для яких ціна є визначальним фактором при купівлі.

Загальна прогнозна динаміка ефекту від запропонованих заходів (освоєння нових видів продукції, проведення маркетингових заходів, зменшення собівартості продукції, розширення діяльності на ринках збуту) від запроваджених заходів наведена у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

**Прогнозна динаміка ефекту від запроваджених заходів для ПрАТ
“Чумак” у 2018 - 2020 рр.**

Показник	Факт	План	Прогноз		Абсолютне відхилення, %		
	2017	2018	2019	2020	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації, тис. грн	1204502,00	1505627,50	2183159,88	3383897,81	25	45	55
Собівартість реалізованої продукції тис. грн	826925,00	727694,00	605077,56	528232,71	-12	-17	-13

Продовження таблиці 3.6

Фінансові витрати тис. грн	35914,00	48483,90	61574,55	84357,14	35	27	37
Чистий прибуток (збиток) тис. грн	29844,00	40513,23	56515,96	82230,72	35,75	39,5	45,5
Рентабельність операційної діяльності, %	-33,54	12,70	19,80	23,20	37,87	1,56	17,17
Рентабельність продажу, %	2,48	3,70	5,00	7,90	49,19	35,14	58,00

Округліть значення, 2 знаки після коми всюди

Відповідно до проведеної оцінки маємо, що чистий дохід від реалізації зросте на 25% у 2018 р., в 2019р. очікується зростання в розмірі 45%, а 2020 році зростання чистого доходу досягне 55% . Собівартість реалізованої продукції у 2018 році зменшиться на 12%, на 17% у 2019 році, на 13% у 2020р. Відповідно до прогнозової оцінки, чистий прибуток у 2020 році складатиме 82230,72 тис. грн, в той час як в 2018 р. 29844 тис.грн.

Рентабельність операційної діяльності дорівнюватиме 23,20% у 2020 році відносно 12,7% у 2018 р. Рентабельність продажів зросте на 58% у 2020 році порівняно з 2019 роком, у 2019 році прогнозується зростання на 35,14%.

На рис.3.5 зображена динаміка чистого доходу та собівартості у 2018 - 2020 рр.

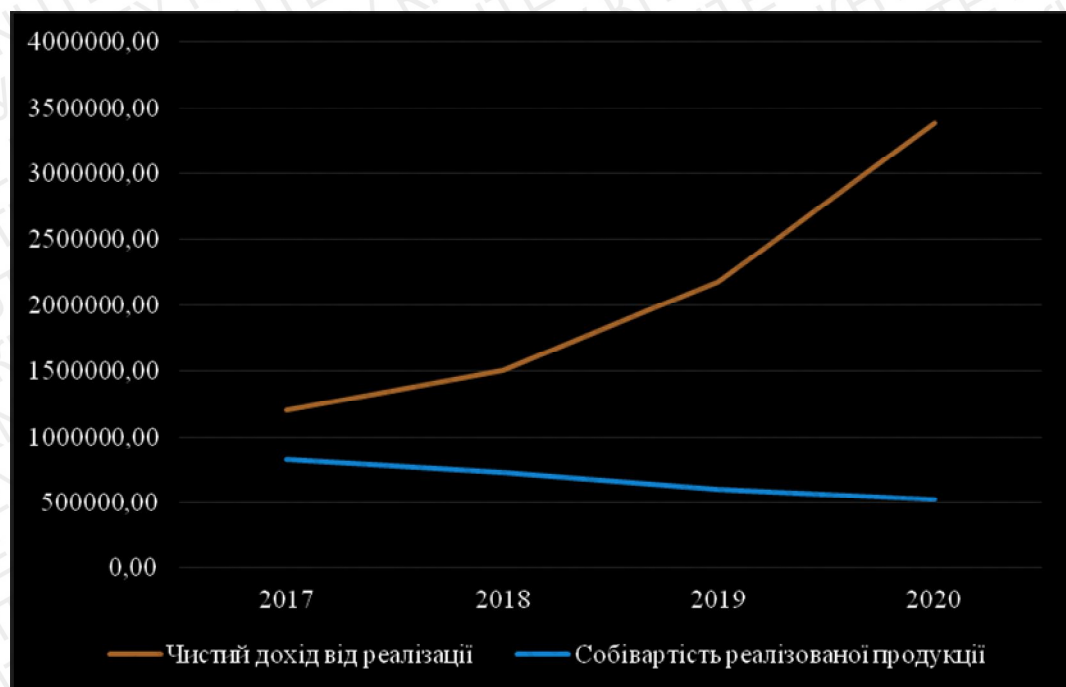


Рис. 3.5. Прогнозна динаміка чистого доходу та собівартості ПрАТ “Чумак” у 2018 - 2020 рр., тис. грн.

Відповідно до рис. 3.4 спостерігається, що зменшення собівартості не відзначається

На рис. 3.6 продемонстрована динаміка чистого прибутку у 2018 - 2020 рр.

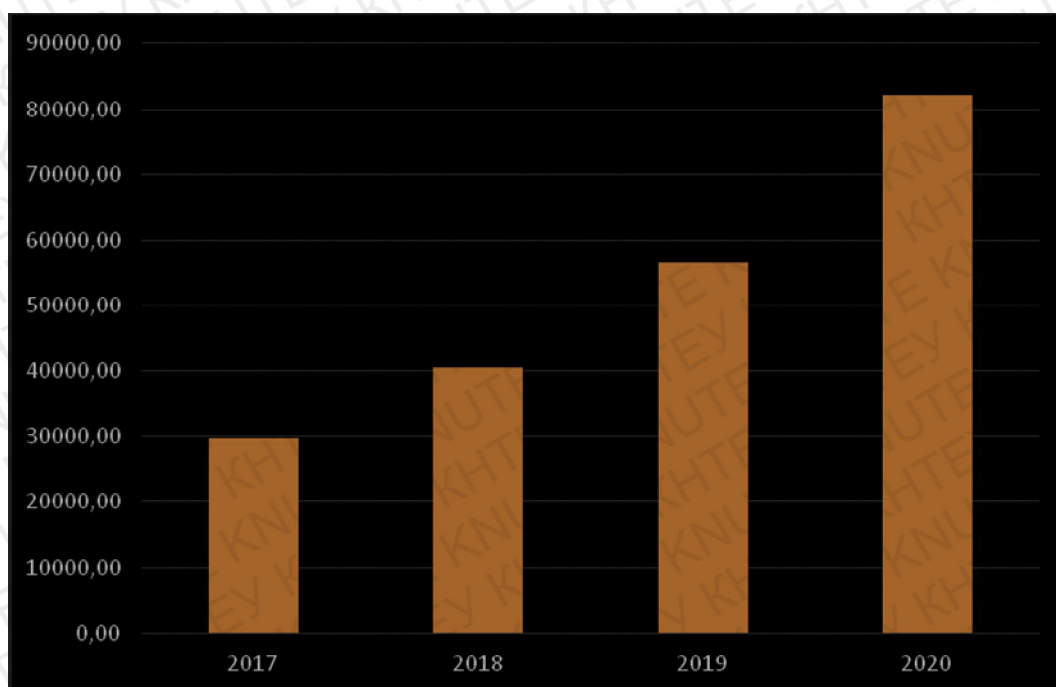


Рис. 3.6. Прогнозна динаміка чистого прибутку ПрАТ “Чумак” у 2018 - 2020 рр.

На рис.3.7 зображена динаміка рентабельності продажу та операційної діяльності у 2018 – 2020 рр.

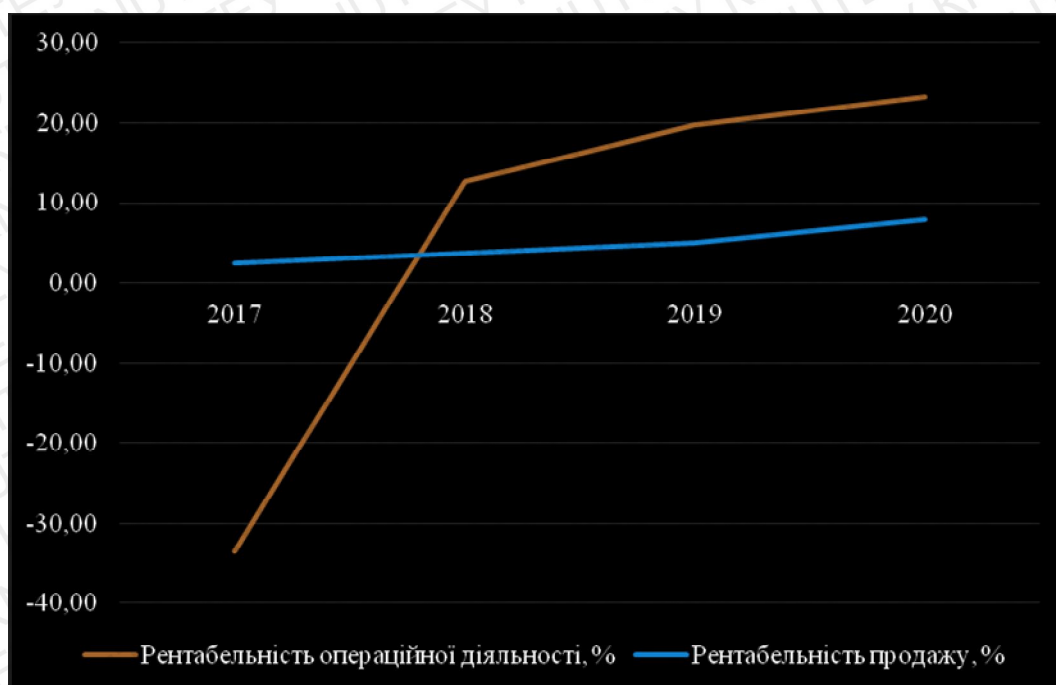


Рис. 3.7. Прогнозна динаміка рентабельності продажу та операційної діяльності ПрАТ “Чумак” у 2018 - 2020 рр.

Отже, відповідно до прогнозних оцінок запропонованих заходів маємо, що всі заходи мають позитивну тенденцію та можуть бути запровадженими на підприємстві.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Відповідно до проведених фінансово-економічного аналізу, аналізу зовнішньоекономічної діяльності та аналізу міжнародної конкурентоспроможності підприємства було виявлено ряд резервів, завдяки яким підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність. Зокрема, зниження собівартості продукції, підвищення конкурентоспроможності продукції, вдосконалення управління підприємством та бізнес-процесами, випуск органічної продукції,

Для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» було розроблено комплекс заходів відповідно до виявлених резервів. Головними заходами було обрано наступні: вдосконалення маркетингової діяльності, шляхом впровадження інноваційного маркетингу; зменшення собівартості продукції, завдяки підвищенню ефективності виробництва; розширення збуту продукції компанії; вироблення екологічної та органічної продукції.

В результаті проведення прогнозної оцінки ефективності запропонованих заходів отримали наступні дані. Ефективність маркетингових заходів у 2019 році зросте на 35,14% порівняно з 2018 р. та на 58% у 2020р. порівняно з 2019 р. Додатковий дохід від маркетингової діяльності зросте на 76,8% у 2019 році порівняно з 2018 р. та на 56,11% у 2020 р. порівняно з 2019 р. Дохід від експорту у 2020 р. зросте на 30% в порівнянні з 2019 р. та становитиме 1378260 грн. Дохід від експорту зросте на 40% у 2019р. порівняно з 2018р. Витрати на експорт зростуть на 20% у 2018 р., на 26% у 2019 р., та на 9% в 2020р., в порівнянні з попереднім періодом. Ефективність експорту зросте на 9% у 2018 р., на 11% у 2019 р., на 33% у 2020р. Очікується зростання в розмірі 45%, а 2020 році зростання чистого доходу досягне 55% . Собівартість реалізованої продукції у 2018 році

зменшиться на 12%, на 17% у 2019 році, на 13% у 2020р. Відповідно до прогнозової оцінки, чистий прибуток у 2020 році складатиме 82230,72 тис. грн, в той час як в 2018 р. 29844 тис.грн.

Відповідно до прогнозних оцінок запропонованих заходів маємо, що всі заходи мають позитивну тенденцію та можуть бути запровадженими на підприємстві.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Нині посилення конкурентної боротьби виступає характерною рисою сучасного економічного середовища. Як в Україні, так і у всьому світі. За сучасних умов, для яких притаманні постійні зміни факторів зовнішнього середовища та зростання ризику діяльності, все більшої актуальності набуває питання забезпечення конкурентоспроможності підприємства на державному та міжнародному ринку. На основі таких тенденцій у провідних країнах відбувається глобальне впровадження сучасних моделей управління міжнародною конкурентоспроможністю корпорацій та відокремлення його в одне із ключових завдань державної економічної політики. Головне місце у підвищенні конкурентоспроможності підприємств займає процес формування конкурентних переваг, оскільки саме вони забезпечують їх передові позиції в галузі та важелі впливу на співвідношення конкурентних сил.

Використання методів управління конкурентоспроможністю мають прямий вплив на розвиток конкурентного потенціалу підприємства. Але кожен з існуючих підходів підприємства не дозволяє розробити стратегію управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки один підхід за своєю сутністю та своїм змістом та напрямком впливу є доповненням до іншого, тільки коли підходи використовуються комплексно, уникаючи ухилень, прорахунків, помилок і нехтувань можливо досягти лідерських позицій на ринку та здобути позитивний фінансовий результат, покращити якісні і кількісні параметри продукції; своєчасно оновлювати товари та вилучати економічно неефективні товари із збутової програми підприємства; регулярно удосконалювати системи сервісного обслуговування товарів та системи стимулювання збуту в цілому; ретельно та постійно здійснювати моніторинг продукції конкурентів та комплекс їх маркетингових дій.

Проаналізувавши фінансово-економічний стан підприємства маємо, що в 2014-2016 рр. підприємство отримувало збиток, що негативно вплинуло на всі головні аналітичні показники діяльності підприємства. В структурі активів підприємства значну частку складають оборотні активи. Динаміка пасивів підприємства показала, що у 2013-2017 рр. відбулося кількісне зменшення власного капіталу, в той час як кількість зобов'язань збільшилась, це говорить про те, що підприємство формує виробничі фонди за рахунок запозичень, а не з власних ресурсів. Чистий дохід від реалізації з 2013-го року збільшувався, в той час як компанія отримувала збиток, за рахунок великої собівартості реалізованої продукції та фінансових витрат. Лише у 2017 р. компанія отримала чистий прибуток. Довжина операційного циклу майже є стабільною ,окрім 2015р., коли вона зменшилась майже на 71%, в порівнянні з 2014р. Довжина фінансового циклу зменшилась в 2017 році, в порівнянні з 2013 роком.

З аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства маємо, що у 2017 році в структурі експорту найбільшу частину складали країни СНД, ЄС та Північної Америки. Імпорт та експорт на підприємстві є ефективним.

ПрАТ «Чумак» 75,3% реалізовує на внутрішньому ринку, на якому діють як вітчизняні виробники так і іноземні компанії. Ринок досліджуваної продукції є конкурентним. Згідно проведених аналізів міжнародної конкурентоспроможності маємо, що лідером ринку ТМ «Торчин». Сильну конкурентну позицію мають «Barrilla» та «Heinz».

Відповідно до проведених фінансово-економічного аналізу, аналізу зовнішньоекономічної діяльності та аналізу міжнародної конкурентоспроможності підприємства було виявлено ряд резервів, завдяки яким підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність. Зокрема, зниження собівартості продукції, підвищення конкурентоспроможності продукції, вдосконалення управління підприємством та бізнес-процесами, випуск органічної продукції,

Також було запропоновано обрати стратегію зниження собівартості продукції. Стимулом для використання стратегії зниження собівартості продукції є значна економія на масштабі виробництва і залучення великої кількості споживачів, для яких ціна є визначальним фактором при купівлі.

Для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Чумак» було розроблено комплекс заходів відповідно до виявлених резервів. Головними заходами було обрано наступні: вдосконалення маркетингової діяльності, шляхом впровадження інноваційного маркетингу; зменшення собівартості продукції, завдяки підвищенню ефективності виробництва; розширення збуту продукції компанії; вироблення екологічної та органічної продукції.

Відповідно до прогнозних оцінок запропонованих заходів маємо, що всі заходи мають позитивну тенденцію та можуть бути запровадженими на підприємстві. Відповідно до прогнозованої оцінки, чистий прибуток у 2020 році складатиме 82230,72 тис. грн, в той час як в 2018 р. 29844 тис.грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.Адамик, Г.Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2010. - № 1. - С.69-78.
2. Анісімова О. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: проблеми та шляхи їх вирішення / О. М. Анісімова // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції 2728 лютого 2013р. – С. 3-7.
3. Артеменко Л.П. Методика оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / Л.П. Артеменко, Г.В. Толмачова // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2015. - № 4. - С. 113-116.
4. Багрова І.З. Складові та фактори конкурентоспроможності / І.З. Багрова, О.Р. Нефедова // Вісник економічних наук України. – 2007. – № 1. – с. 16
5. Беззубченко О. А. Систематизація теоретичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства / О. А. Беззубченко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 2. - С. 163-166.
6. Беляєв, В. И. Маркетинг в современном бизнесе / В. И. Беляєв. – Барнаул : Изд-во АГУ, 1998. – Ч. 1. – 220 с.
7. Беляєва Н. В. Сучасний стан виробництва органічної продукції в Україні та світі / Н. В. Беляєва // Інноваційна економіка. – 2013. – №1. – С. 151–155.
8. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства : автореф. дис. ... канд. економ. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г.С. Бондаренко. – Харків, 2001. – 19 с.

9. Бондарева Т. І., Осадчук А.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі . - 2011. - № 3. - С. 91–104.
- 10.Вдовенко Н. М. Сучасна парадигма регулювання розвитку галузей аграрного сектору в умовах глобального дефіциту продовольства / Н. М. Вдовенко // ScienceRise. – 2015. – № 2/3 (7). – С. 20–26.
- 11.Гайдук В. А. Конкурентоздатність в умовах сучасного ринку / В. А. Гайдук // Економіка та держава. – 2010. – № 2. – С. 16-17.
- 12.Герчанівська С., Рапіцький Т. До питання управління конкурентоспроможністю підприємства / С. Герчанівська, Т Рапіцький // Галицький економічний вісник. – 2011. – №3(32). – с.103-107.
- 13.Гринько Т. В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках: Монографія / Т. В. Гринько – Кривий Ріг: Видавничий Дім, 2010. – 324 с.
- 14.Гришин А.С. Собівартість продукції та шляхи її зниження на підприємстві / А.С. Гришин. - М. - 2011. - 46 с.-
- 15.Гуцаленко О.О. Сертифікація органічноїпродукції в Україні– [Електронний ресурс]. –Режим доступу:<http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-411/environmental-economics-and-the-environment-411/11827-411-1103>
- 16.Данілова, Е.І. Конкурентоспроможність продукції українських корпорацій на міжнародних ринках [Електронний ресурс] / Е.І. Данілова, М.Г. Луцький // Національний банк України. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2007-1/Luckiy_107.html
- 17.Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
- 18.Дикань, В. Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В. Л. Дикань, Т. В. Пономарьова // Вісник економіки

- транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2011. – Випуск 36. – С. 100–105.
19. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
20. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія / О. І. Драган. – К. : ДАКККиМ, 2006. – 160 с.
21. Єлець О. П. Методичні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства / О. П. Єлець // Ефективна економіка. – 2013. – № 2. – С. 8-13.
22. Житкевич О. В. Математичні методи, моделі та програмні засоби управління конкурентоспроможністю підприємства : дис. канд. ек. наук : 08.00.11 / Житкевич Олена Валеріївна – Вінниця, 2015. – 245 с.
23. Закревська, Л. М. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Людмила Миколаївна Закревська. – К., 2005. – 211 с.
24. Злидень І.М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / І.М. Злидень // Економіка: проблеми теорії і практики: 36. наук. праць. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. — Вип. 213: Т. І. — С. 75—81.
25. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.
26. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають / І.Г. Кадирус // Ефективна економіка. – 2014. – №5. – С. 40-46.
27. Капітанець Ю.О. Визначення та забезпечення конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Ю.О. Капітанець ; Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль 2009. – 20 с

- 28.Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції / В.П. Карпюк [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf
- 29.Квятковська, Л. А. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л. А. Квятковська, Л. Д. Воробйова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 26. – С. 287
- 30.Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
- 31.Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
- 32.Копистко О. В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / О. В. Копистко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 61-63.
- 33.Костюк, Л. А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л. А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету, 2013, No 4 161 (Економічні науки). – 2012. – Випуск 2. – С. 22–30.
- 34.Кошелупов І. Ф. Система конкурентних стратегій підприємства / І. Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень; ОНЕУ. – Одеса, 2009. – Вип. 36. – С. 90-96.
- 35.Кузьмін, О. Є. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, О. П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Випуск 21.10. – С. 159–166.
- 36.Кузьміна О. В., Озаріна О. В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / О. В.

Кузьміна — Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24112.doc.htm

37. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 4. – с. 155-163.
38. Мартинець, В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства / В.В. Мартинець, А.Ю. Ковальова // Економічні проблеми сталого розвитку : СумДУ, м. Суми, 3-5 квітня 2012 р. / Відп. за вип. О.В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – Т.4. – С. 36-37.
39. Мельник Т.М. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник / Т.М. Мельник, Н.О. Іксарова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 456 с.
40. Методологічні підходи до визначення конкурентоспроможності українських регіонів на міжнародних ринках / О.А. Хумаров // Економічні інновації: Зб. наук. пр. — Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. — Вип. 38. — С. 220-230.
41. Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності/ Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. —Одеса, ОНПУ, 2014. — №2(12). — С.6-13.
42. Некрасова Л.А. Методический подход к оценке конкурентоспособности предприятия. / Некрасова Л.А, Сакали В.Я. // Економічні інновації. Вип. 54. – Одеса, 2013. –С. 198-205.
43. Николюк О. М. Методологічні принципи управління конкурентоспроможністю підприємств [Електронний ресурс] : Кафедра міжнародних економічних відносин ХНУ – Режим доступу :http://mevhnu.com/load/2013/7_konkurentnij_potencial_pidpriemstva_meto_di_ta_mekhanizmi_pidvishhennja/37-1-0-250.
44. Отенко В. І. Конкурентні переваги підприємницької діяльності / В. І. Отенко // Бізнес Інформ. - 2014. - № 4. - С. 290-295.

- 45.Петрова М.А. Конкурентоспроможність компанії як її життєздатність // Російське підприємництво. - 2010.- № 5. Ч. 1. - С. 29-33.
- 46.Петєшова Т. А. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентних переваг і конкурентоздатності підприємства / Т. А. Петєшова // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Вип. 261 : в 7 т. Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – С. 908–918.
- 47.Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Харків : ВД «ИНЖЕК», 2004. – 264
- 48.Погребняк, Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 32. – С. 45–51.
- 49.Порохня В. М. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / Порохня В. М., Безземельна Т. О., Кравченко Т. А.– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
- 50.Продіус Ю.І., Рожок О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах ЗЕД (на прикладі ТОВ «СЕДНА С») [Електронний ресурс] // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 1 (6). – с. 112-116. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>
- 51.Рибницький, Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д. О. Рибницький, Т. А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Випуск 20.9. – С. 227–230.
- 52.Сахно, І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2, Ч. 2. – С. 385–390.

53. Сіренко К. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] : Портал конференцій кафедри стратегії підприємств КНЕУ. – Режим доступу : <http://conference.spkneu.org/2012/12/sirenko-k/>.
54. Сітковська А. О. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства: методика та критерії розрахунку / А. О. Сітковська. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 3. – С. 40-46.
55. Степанкова А.А., Кавтиш О.П. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / Степанкова А.А.// Національний технічний університет України «КПІ». – 2012. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2012-38.pdf>
56. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.
57. Тарнавська Н. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств на основі інноваційних пріоритетів / Н. Тарнавська, І. Макарова // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 5. – С.147
58. Уткіна Ю. М. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства / Ю. М. Уткіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 35. – С. 182-186.
59. Фарафонова Н. В. Основні чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації / Н. В. Фарафонова // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 8. - С. 219-225.
60. Феоктістова Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств та її прогнозування / Т. В. Феоктістова, В. А. Ільїна // Шкіряно-взуттєва промисловість. - 2012. - № 15 - С. 16-17.

- 61.Харитонova О. С. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] : О. С. Харитонova // Вісник СНУ ім. В. Даля. - 2012. - № 12(183)
- 62.Хмурова В. В. Управління процесом підвищення конкурентоспроможності підприємств / В.В. Хмурова, К.В. Косовська // Економіка: реалії часу. – 2012. - №2.
- 63.Череп А. В. Розробка методичних підходів до оцінки ефективності управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств / А. В. Череп, О. І. Гоменюк // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - № 10. - С. 114-120.
- 64.Чижов Д.Д. Конкурентоспроможність продукції та методи її оцінки / Чижов Д.Д. // «Управління розвитком». Харківський національний економічний університет. – 2012. – № 13 (43). – С. 11-13
- 65.Швед Т. В. Вплив глобалізації на розвиток національних підприємств: теоретичні аспекти / Т. В. Швед, І. С. Біла // ОНЕУ. – Одеса, 2013. – Вип. 2 (49), Ч. 1. – С. 81-89.
- 66.Шевченко О. О. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / О. О. Шевченко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. - 2013. - № 4. - С. 136-139.
- 67.Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков: ХНАДУ, 2003. – 186 с.
- 68.Шкарлет С. М. Методологічні аспекти та методичні принципи оцінки конкурентоспроможності сироробних підприємств / С. М. Шкарлет, Л. С. Ладонько, Т. І. Корж // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 3 (11). – С. 153–161.
- 69.Юзьвак Л. Особливості розвитку теорії і методології сучасного управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. Юзьвак // Галицький економічний вісник. - 2013. - № 2. - С. 94-100

- 70.Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - Вип. 4. - С. 183-188
- 71.Яцура, В. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Яцура, М. В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць. – 2011. – № 2.

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2013 р.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія КАХОВКА	за ЄДРПОУ	2014.01.01
Організаційно-правові форми господарювання Акціонерне товариство	за КОАТУУ	24106105
Вид економічної діяльності Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів	за КОПФГ	6510400000
Середня кількість працівників 841	за КВЕД	230
Адреса, Кацацька,3, місто Каховка, Херсонська область, 74800, (0552) 448500		10.39
телефон		
Одиниці виміру: тис.грн, без десятикового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		
за міжнародними стандартами фінансової звітності		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2013 р.

Форма № 1

Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	89685	79382
первісна вартість	1001	143269	151628
накопичена амортизація	1002	53584	72246
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6279	3878
Основні засоби	1010	140945	103992
первісна вартість	1011	810811	821018
знос	1012	669866	717026
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	16631	17552
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гривні	1050	0	0
Відстрочені аквизиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	253555	204819

1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Завпаси	1100	109407	113316
Виробничі запаси	1101	73242	57882
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	30424	39360
Товари	1104	5741	16074
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	112700	111998
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	16426	23929
з бюджетом	1135	9419	5718
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	427
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із акцизних розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	979	10190
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	7327	6654
Готівка	1166	2	2
Рахунки в банках	1167	7325	6652
Витрати майбутніх періодів	1170	370	370
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	2441	5892
Усього за розділом II	1195	259069	278067
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибутті			
Баланс	1300	512624	482886

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	349093	349093
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	176805	123277
Додатковий капітал	1410	48414	48414
Власний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(438604)	(388752)
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	135708	132032
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	185554	171098
Інші довгострокові зобов'язання	1515	79375	79274
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрати підприємств	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв майбутніх витрат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	264929	250372
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	15020	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточні кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	83687	86076
розрахунками з бюджетом	1620	675	698
у тому числі з податку на прибуток	1621	464	432
розрахунками зі страхування	1625	634	764
розрахунками з оплати праці	1630	1199	1541
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	7615	5889
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховим діянням	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	3140	2165
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені касовий доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	17	3349
Усього за розділом III	1695	111987	100482

1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Часта вартість активів державного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	512624	482886

Примітки: Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться згідно норм Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" за № 996-XIV (з змінами та доповненнями) від 16.07.1999р., НСБО та наказу "Про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику підприємства" № 21 від 23.01.2013 року. Річну інвентаризацію основних засобів проведено згідно наказу №363 від 04.11.2013 року, запасів станом на 26 грудня 2013 року згідно наказу №408 від 03.12.2013 року.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2014 р.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія КАХОВКА	за ЄДРПОУ	2015.01.01
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство	за КОАТУУ	24106105
Вид економічної діяльності Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів	за КОПФГ	6510400000
Середня кількість працівників 841	за КВЕД	230
Адреса, телефон Козацька,3, місто Каховка, Каховський, Херсонська область, 74800, (0552) 448500		10.39
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		v
за міжнародними стандартами фінансової звітності		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2014 р.

Форма № 1

Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	79382	63760
первісна вартість	1001	151628	155784
накопичена амортизація	1002	72246	92024
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3878	31455
Основні засоби	1010	103992	114463
первісна вартість	1011	821018	850096
знос	1012	717026	735633
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	17552	17552
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервах фондів	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	204819	227245

1	2	3	4
П. Оборотні активи			
Запаси	1100	113316	145913
<i>Виробничі запаси</i>	<i>1101</i>	<i>57882</i>	<i>81535</i>
<i>Незавершене виробництво</i>	<i>1102</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Готова продукція</i>	<i>1103</i>	<i>39360</i>	<i>42734</i>
<i>Товари</i>	<i>1104</i>	<i>16074</i>	<i>21644</i>
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестраховування</i>	<i>1115</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Векселі одержані</i>	<i>1120</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	111998	167246
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	23929	28399
з бюджетом	1135	5718	20117
у тому числі з податку на прибуток	1136	427	799
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	10190	9274
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	6654	7100
Готівка	1166	2	1
Рахунки в банках	1167	6652	7099
Витрати майбутніх періодів	1170	370	370
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	5892	9115
Усього за розділом II	1195	278067	387534
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	482886	614779

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	349093	349093
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	123277	69750
Додатковий капітал	1410	48414	48414
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(388752)	(605012)
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	132032	(137755)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	171098	312422
Інші довгострокові зобов'язання	1515	79274	178425
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Привласний фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	250372	490847
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	29872
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:	1610	0	0
довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	86076	200216
розрахунками з бюджетом	1620	698	109
у тому числі з податку на прибуток	1621	432	0
розрахунками зі страхування	1625	764	791
розрахунками з оплати праці	1630	1541	1368
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	5889	18567
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	2165	4082
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3349	6682
Усього за розділом III	1695	100482	261687

1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	482886	614779

Примітки: Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться згідно норм Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" за № 996-XIV (з змінами та доповненнями) від 16.07.1999р., НСБО та наказу "Про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику підприємства" № 21 від 23.01.2013 року. Річну інвентаризацію основних засобів проведено згідно наказу №393 від 03.11.2014 року, запісів станом на 26 грудня 2014 року згідно наказу №431 від 04.12.2014 року.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2015 р.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК» Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
Територія КАХОВКА за КОАТУУ
Організаційно-правова форма Акціонерне товариство за КОПФГ
Госреєстраційний за КОПФГ
Вид економічної діяльності Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів за КВЕД
Середня кількість працівників 795
Адреса: Кошарки, 1, місто Каховка, Каховський, Харківська області, 74800, (0552) 448500
телефон

КОДН
2016.01.01
24106105
6510400000
230
10.39

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) і форми N 21, грошові показники якого позначаються в гривнях з копійками)
Складено (зробити позначку "у" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

у

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2015 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801101

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Нематеріальні активи			
Нематеріальні активи	1000	63760	48303
нерівнені часті	1001	155784	160359
амортизована амортизація	1002	92024	112056
Незмінні капітальні інвестиції	1005	34455	4326
Основи засоби	1010	114463	137728
нерівнені часті	1011	850096	894817
авкс	1012	735633	757080
Інвестиційні нерухомості	1015	0	0
нерівнені часті нерухомості	1016	0	0
авкс нерухомості нерухомості	1017	0	0
Довгострокові бюджетні активи	1020	0	0
нерівнені часті довгострокових бюджетних активів	1021	0	0
авкс довгострокових бюджетних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	17552	0
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокові зобов'язання заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Резерви	1050	0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1060	0	0
Активні часті зобов'язань страхових резервів фінансових	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	227245	190372

1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Витрати	1100	145913	248123
Виробничі витрати	1101	81535	168330
Незавершені виробництва	1102	0	0
Готової продукції	1103	42734	63230
Товари	1104	21644	16554
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити переуступання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	167246	160258
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	28399	36164
за бюджетом	1135	20117	31068
у тому числі з податку на прибуток	1136	799	942
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9274	12237
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	7100	944
Готові гроші	1166	1	2
Резерви з банків	1167	7099	942
Витрати майбутніх періодів	1170	370	370
Інші резерви та резерви з банків	1180	0	0
у тому числі:	1181	0	0
резерви з банків з банківських рахунків			
резерви з банків з банківських рахунків	1182	0	0
резерви з банківських рахунків	1183	0	0
інших банківських рахунків	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	9115	9506
Усього за розділом II	1195	387534	498760
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	614779	689132

1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Залишки	1100	145913	248123
Вироблені запаси	1101	81535	168339
Незавершені виробництва	1102	0	0
Готові вироби	1103	42734	63230
Товари	1104	21644	16554
Поточні фінансові активи	1110	0	0
Договори переуступки	1115	0	0
Векселі отримані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	167246	160258
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за наявними вимогами	1130	28399	36164
з бюджетом	1135	20117	31068
у тому числі з податку на прибуток	1136	799	942
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інші поточні дебіторська заборгованість	1155	9274	12237
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	7100	944
Гаранти	1166	1	2
Резерви банків	1167	7099	942
Витрати майбутніх періодів	1170	370	370
Чисті нерозподілені збитки у сирисових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервіх фінансових ризиків збитків			
резервіх валютного резервіх валютних активів	1182	0	0
резервіх валютного резервіх валютних активів	1183	0	0
інших сирисових резервіх	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	9115	9596
Усього по розділу II	1195	387534	498760
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Всього	1300	614779	689132

1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чисті активи нерозподілені нерозподілені фонду	1800	0	0
Всього	1900	614779	689132

Примітки: Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться згідно норм Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" та № 996-XIV (з змінами та доповненнями) від 16.07.1999р., НСБО та наказу "Про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику підприємства" № 23/1 від 23.01.2015 року. Річну інвентаризацію основних засобів проведено згідно наказу №410/1 від 03.11.2015 року, залишків станом на 28 грудня 2015 року згідно наказу №446 від 03.12.2015 року.

Керівник

Шенченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломійченко Ж.Ф.

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2016 р.

		КОДИ
Дата (рік, місяць, число)		2017.01.01
Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»	за ЄДРПОУ	24106105
Територія КАХОВКА	за КОАТУУ	6510400000
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство	за КОІФГ	230
Вид економічної діяльності Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів	за КВЕД	10.39
Середня кількість працівників	795	
Адреса, телефон	Козацька, 3, місто Каховка, Каховський, Херсонська область, 74800, (0532) 448500	
Одиниця виміру: тис.грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "x" у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		x
за міжнародними стандартами фінансової звітності		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2016 р. Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	48303	32063
первісна вартість	1001	160359	165415
накопичена амортизація	1002	112056	133352
Незавершені капітальні інвестиції	1005	4326	9539
Основні засоби	1010	137728	133548
первісна вартість	1011	894817	909139
знос	1012	757089	775591
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
виконана амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені акціонерні витрати	1060	0	0
Частка компанії у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	190372	175165

1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	248123	291525
Виробничі запаси	1101	168339	231336
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	63230	55706
Товари	1104	16554	4483
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	160258	159746
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	36164	28948
з бюджетом	1135	31068	37732
у тому числі з податку на прибуток	1136	942	942
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12237	9052
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	944	2635
Готівка	1166	2	1
Рахунки в банках	1167	942	2634
Витрати майбутніх періодів	1170	370	370
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	9596	8529
Усього за розділом II	1195	498760	538537
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	689132	713702

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (паєвий) капітал	1400	349093	349093
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	26683	0
Додатковий капітал	1410	48414	48414
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(898547)	(1039446)
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	(474357)	(641939)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	532573	675295
Інші довгострокові зобов'язання	1515	250385	271734
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату діток-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	782958	947029
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	50248	63751
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	1125
товари, роботи, послуги	1615	285501	312905
розрахунками з бюджетом	1620	395	578
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	899	634
розрахунками з оплати праці	1630	1692	2198
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	26429	15128
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	7413	5444
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	7954	6849
Усього за розділом III	1695	380531	408612

1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Числа вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	689132	713702

Примітки: Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться згідно норм Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" за № 996-XIV (з змінами та доповненнями) від 16.07.1999р., НСБО та наказу "Про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику підприємства" № 23/1 від 23.01.2015 року. Річну інвентаризацію основних засобів проведено згідно наказу №358 від 24.10.2016 року, запасів станом на 30 грудня 2016 року згідно наказу №425 від 05.12.2016 року.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2017 р.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»

Дата (рік, місяць, число)

за СДРНОУ

Територія КАХОВКА

за КОАТУУ

Організаційно-
правова форма
господарювання Акціонерне товариство

за КОПФГ

Вид економічної
діяльності Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів

за КВЕД

Середня кількість працівників 795

Адреса, телефон Козацька, 3, місто Каховка, Каховський, Херсонська область, 74800, (0552) 448500

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2017 р.

Форма № 1

Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	32063	19416
первісна вартість	1001	165415	169950
накопичена амортизація	1002	133352	150534
Незавершені капітальні інвестиції	1005	9539	5657
Основні засоби	1010	133548	140292
первісна вартість	1011	909139	935067
знос	1012	775591	794775
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені асигнування витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	175165	165380

1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	291525	322993
Виробничі запаси	1101	231336	247609
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	55706	69047
Товари	1104	4483	6337
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	159746	203058
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	28948	50273
з бюджетом	1135	37732	25340
у тому числі з податку на прибуток	1136	942	942
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9052	10586
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2635	2013
Готівка	1166	1	0
Рахунки в банках	1167	2634	2012
Витрати майбутніх періодів	1170	370	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	8529	13034
Усього за розділом II	1195	538537	627297
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	713702	792677

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	349093	349093
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	48414	48414
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1039446)	(1009602)
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	(641939)	(612095)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	675295	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	271734	1033192
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних витрат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	947029	1033192
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	63751	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:	1610	1125	525
довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	312905	338400
розрахунками з бюджетом	1620	578	694
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	634	757
розрахунками з оплати праці	1630	2198	2742
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	15128	13257
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою відповідальністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	5444	5722
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	6849	9483
Усього за розділом III	1695	408612	371580

1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	713702	792677

Примітки: Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться згідно норм Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" за № 996-XIV (з змінами та доповненнями) від 16.07.1999р., НСБО та наказу "Про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику підприємства" № 23/1 від 23.01.2015 року. Річну інвентаризацію основних засобів проведено згідно наказу № 278 від 18.10.2017 року, запасів станом на 30 грудня 2017 року згідно наказу № 332 від 04.12.2017 року.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Колесниченко Ж.Ф.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний) за 2013 рік

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДІН

2014.01.01

24106105

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2013 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	619799	606022
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(442404)	(423788)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	177395	182234
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	54946	16339
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(45325)	(45733)
Витрати на збут	2150	(125243)	(119480)
Інші операційні витрати	2180	(43552)	(23155)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	18221	10205
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	79	0
Інші доходи	2240	531	3284
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(20494)	(26799)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(256)	(4897)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
збиток	2295	(1919)	(18207)

2013

11.01.14

24106105

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(890)	(464)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
збиток	2355	(2809)	(18671)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	(53528)	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(53528)	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(53528)	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(56337)	(18671)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	291469	302143
Витрати на оплату праці	2505	44183	44851
Відрахування на соціальні заходи	2510	14028	13143
Амортизація	2515	72277	35456
Інші операційні витрати	2520	130097	128715
Разом	2550	552054	524308

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: За результатами від операційної діяльності за звітний рік отримано прибуток в сумі 18221,0 тис. грн., а чистий фінансовий результат становить збиток в сумі 2809,0 тис. грн., що є наслідком впливу фінансових витрат по банківських кредитах.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний) за 2014 рік

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДІ

2015.01.01

24106105

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2014 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	829712	619799
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(589888)	(442404)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	239824	177395
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	41994	54946
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(44712)	(45325)
Витрати на збут	2150	(171765)	(125243)
Інші операційні витрати	2180	(44111)	(43552)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	21230	18221
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	79	79
Інші доходи	2240	53376	531
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(32778)	(20494)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(311694)	(256)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
збиток	2295	(269787)	(1919)

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	(890)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
збиток	2355	(269787)	(2809)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	(53527)	(53528)
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(53527)	(53528)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(53527)	(53528)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(323314)	(56337)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	469934	291469
Витрати на оплату праці	2505	49291	44183
Відрахування на соціальні заходи	2510	15611	14028
Амортизація	2515	46226	72277
Інші операційні витрати	2520	171623	130097
Разом	2550	752685	552054

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітка: За результатами від операційної діяльності за звітний рік отримано прибуток в сумі 18221,0 тис. грн., а чистий фінансовий результат становить збиток в сумі 2809,0 тис. грн., що є наслідком впливу фінансових витрат по банківських кредитах.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний) за 2015 рік

Підприємство: ПРIVATE, АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»		Дата (рік, місяць, число)		КОДІН
		за СДРПОУ		2016.01.01
				24106105
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)				
за 2015 рік				
1. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ				
		Форма № 2		Код за ДКУД 1801005
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	996657	829712	
Дохід від реалізації сировини, матеріалів	2010	0	0	
Пресні одностов, двостов суми	2011	0	0	
Пресні, перем'яні у переробку суми	2012	0	0	
Сума резервів на амортизацію пресної, двостов суми	2013	0	0	
Сума чистих перевищень над у резерви неамортизованих пресних	2014	0	0	
Хоча бачити, реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(685733)	(580888)	
Дохід від реалізації матеріалів сировини, матеріалів	2070	(0)	(0)	
Валовий прибуток	2080	310924	238824	
Збиток	2095	(0)	(0)	
Доход від реалізації доходу в резервах до амортизації неамортизованих	2105	0	0	
Доход від реалізації доходу в інших сировинних резервах	2110	0	0	
Сума чистих перевищень резервів, валових суми	2111	0	0	
Сума чистих перевищень резервів в інших сировинних резервах	2112	0	0	
Відшкодування втрат	2120	41998	41994	
Доход від реалізації акцій, які отримуються за сировинними матеріалами	2121	0	0	
Доход від реалізації акцій, які отримуються за сировинними матеріалами	2122	0	0	
Доход від реалізації акцій, які отримуються за сировинними матеріалами	2123	0	0	
Амортизація, втрати	2130	(49987)	(44712)	
Витрати на збут	2150	(202322)	(171763)	
Витрати на операційні витрати	2180	(83221)	(44114)	
Витрати на операційні витрати, які отримуються за сировинними матеріалами	2181	(0)	(0)	
Витрати на операційні витрати, які отримуються за сировинними матеріалами	2182	(0)	(0)	
Фінансовий результат від операційної діяльності	2190	24592	21230	
Збиток	2195	(0)	(0)	
Доход від утримання капіталу	2200	0	0	
Витрати на фінансові доходи	2220	915	79	
Витрати на доходи	2240	251647	53376	
Доход від операційних доходів	2241	0	0	
Фінансові витрати	2250	(70212)	(32778)	
Витрати на фінансові витрати	2285	(0)	(0)	
Витрати на витрати	2270	(543544)	(341694)	
Витрати на фінансові витрати, які отримуються за сировинними матеріалами	2275	0	0	
Фінансовий результат до оподаткування	2290	0	0	
Збиток	2295	(336602)	(269787)	

Витрати з доходів з позачасу на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат прибутков	2350	0	0
Збиток	2355	(336602)	(269787)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Доходівка (утилізація) необоротних активів	2400	0	0
Доходівка (утилізація) фінансових інструментів	2405	(43067)	(53527)
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка пайового сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(43067)	(53527)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(43067)	(53527)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(379669)	(323314)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні витрати	2500	642593	469933
Витрати на оплату праці	2505	58186	49291
Відрахування на соціальні заходи	2510	17279	15611
Амортизація	2515	41984	46226
Інші операційні витрати	2520	204075	171623
Разом	2550	964117	752685

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивиденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: За результатами від операційної діяльності за звітний рік отримано прибуток в сумі 24592,0 тис. грн., а чистий фінансовий результат становить збиток в сумі 336602 тис. грн., що є значною мірою, насамперед впливу фінансових витрат по банківських кредитах.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний) за 2016 рік

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУКОДИ
2017.01.01
24106105

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2016 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1092852	996657
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(743292)	(685733)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	349560	310924
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	28006	49198
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від переміщення визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання конти, виняткових від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(58432)	(49987)
Витрати на збут	2150	(220516)	(202322)
Інші операційні витрати	2180	(60535)	(83221)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрати від нерівного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	38083	24592
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	274	915
Інші доходи	2240	101819	251647
Дохід від благодійної діяльності	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(89243)	(70212)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(218515)	(543544)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
збиток	2295	(167582)	(336602)

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:	2350	0	0
прибуток			
збиток	2355	(167582)	(336602)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	(26683)	(43067)
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(26683)	(43067)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(26683)	(43067)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(194265)	(379669)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	661022	642593
Витрати на оплату праці	2505	73067	58186
Відрахування на соціальні заходи	2510	12332	17279
Амортизація	2515	40698	41984
Інші операційні витрати	2520	233820	204075
Разом	2550	1020939	964117

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітка: За результатами від операційної діяльності за звітний рік отримано прибуток в сумі 38083,0 тис. грн., а чистий фінансовий результат становить збиток в сумі 167582,0 тис. грн., що є значною мірою наслідком впливу фінансових витрат по банківських кредитах.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний) за 2017 рік

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЧУМАК»		Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОД 2017.01.01 24106105
Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом) за 2016 рік			
Форма № 3		Код за ДКУД 1801004	
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:	3000	1313903	1168317
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)			
Повернення податків і зборів	3005	0	8955
у тому числі податку на додану вартість	3006	0	8666
Цільового фінансування	3010	359	394
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	0	0
Надходження від повернення авансів	3020	1461	850
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	274	915
Надходження від боржників неустойки (штрафи, пені)	3035	19	27
Надходження від операційної оренди	3040	0	0
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	16
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	340	1235
Витрачання на оплату:	3100	(48593)	(51945)
Товарів (робіт, послуг)			
Праці	3105	(58060)	(46096)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(12636)	(18908)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(15225)	(11642)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(0)	(167)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(0)	(947)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(15225)	(10528)
Витрачання на оплату авансів	3135	(1114053)	(1038782)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(61821)	(2783)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(120)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(0)	(0)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(0)	(0)
Інші витрачання	3190	(2866)	(6957)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	2982	3596
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:	3200	1500	900
фінансових інвестицій			
необоротних активів	3205	0	120
Надходження від отриманих:	3215	0	0
відсотків			
дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	0	0

1	2	3	4
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	(0)	(0)
необоротних активів	3260	(5325)	(4680)
Виплати за деривативами	3270	(0)	(0)
Витрачання на надання позик	3275	(0)	(0)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(0)	(0)
Інші платежі	3290	(0)	(0)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	(3825)	(3660)
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від: Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	0	0
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	3214	414
Витрачання на: Випуск власних акцій	3345	(0)	(0)
Погашення позик	3350	(0)	(0)
Сплату дивідендів	3355	(0)	(0)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(0)	(2557)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(0)	(0)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(0)	(0)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(0)	(0)
Інші платежі	3390	(877)	(3923)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	2337	(6066)
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	1494	(6130)
Залишок коштів на початок року	3405	944	7100
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	197	(26)
Залишок коштів на кінець року	3415	2635	944

Примітки: За звітний період підприємство користувалося власними обіговими коштами використовуючи доцільний метод: платіжних взаємовідносин з партнерами.

Керівник

Шевченко К.П.

Головний бухгалтер

Коломойченко Ж.Ф.