

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут _____ Навчально-науковий інститут економіки і управління _____

Кафедра _____ економіки і права _____

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

(підпис) Шеремет О. О.
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 20__ р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис) Заїнчковський А. О.
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 051 «Економіка» _____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Економіка підприємства» _____

на тему: _____ «Розробка та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства» _____

Виконав здобувач 4 курсу групи ЕП 4-16ск

Шляжко Костянтин Олександрович
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник

Жужукіна Наталія Іванівна
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент

Басюк Т. П.
(прізвище та ініціали)

(підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2020 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут Економіки і управління
Кафедра Економіки і права
Освітній ступінь Бакалавр
Спеціальність 051 «Економіка»
(шифр і назва)
Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки і права
Заїнчковський А. О.
«10» лютого 2020 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Шяжко Костянтин Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Розробка та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства»

керівник роботи Жужукіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри економіки і права

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «10» лютого 2020 року № 109-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 05.06.2020 року

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, посібники, підручники, наукові статті відповідно до обраної теми, фінансова та статистична звітність за 2017-2019 роки ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1. Загальна характеристика бізнес-плану: 1.1. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану; 1.2. Зміст основних розділів бізнес плану; 1.3. Методики обґрунтування розділів бізнес-плану підприємства;

Розділ 2. Аналіз господарської діяльності підприємства прат «миронівський хлібопродукт»: 2.1. Аналіз основних техніко-економічних показників 2.2. Аналіз фінансового стану; 2.3. Обґрунтування необхідності бізнес-плану;

Розділ 3. Удосконалення господарської діяльності підприємства прат «миронівський хлібопродукт» за допомоги створеного бізнес-плану: 3.1. Дослідження напрямів розвитку підприємства для створення бізнес-плану; 3.2. Розробка бізнес-плану; 3.3. Обґрунтування впровадження бізнес-плану на підприємстві ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу: Презентація кваліфікаційної роботи.

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 10 лютого 2020 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розроблення та затвердження плану роботи керівником	21.02.2020 р.	виконано
2	Написання розділу 1	06.03.2020 р.	виконано
3	Робота над розділом 2, розділом 3	20.04.2020 р.	виконано
4	Проходження переддипломної практики (уточнення змісту розділів 2 та 3). Підготовка звіту з переддипломної практики	20.04.2020 р. - 03.05.2020 р.	виконано
5	Захист звіту з переддипломної практики	13.05.2020 р.	виконано
6	Завершення розділів 2 та 3	08.06.2020 р.	виконано
7	Остаточне оформлення роботи. Формування висновків і пропозицій, проекту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником дипломної роботи	09.06.2020 р.	виконано
8	Проходження перевірки на антиплагіат	09.06.2020 р.	виконано
9	Попередній захист дипломної роботи	10.06.2020 р.	виконано
10	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри	09.06.2020 р.	виконано
11	Отримання зовнішньої рецензії, оформлення необхідних документів для захисту	09.06.2020 р.	виконано
12	Захист дипломної роботи	17.06.2020 р.	виконано

Здобувач _____
(підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 051 «Економіка», освітньо-професійної програми «Економіка підприємства» Національний університет харчових технологій, Київ, 2020.

Дипломна робота присвячена вирішенню соціальних проблем, пов'язаних з поганим харчуванням та зайвою вагою, також підвищенням рівня довіри компанії.

У першому розділі досліджено теоретичні основи створення та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства.

У другому розділі проаналізовано основні техніко-економічні показники та показники фінансового стану ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» зокрема, SWOT – аналіз.

У третьому розділі було розроблено бізнес-план підприємства, щодо відкриття кафе корисного харчування від компанії ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Ключові слова: бізнес-план, ефективність діяльності, собівартість, прибуток до оподаткування, чистий дохід, основні засоби, ліквідність, витрати, рентабельність, активи.

SUMMARY

Thesis for the degree of Bachelor's in specialty 051 "Economics", educational and professional program "Business Economics" National University of Food Technology, Kyiv, 2020.

The thesis is devoted to solving social problems related to poor nutrition and overweight, as well as increasing the level of trust in the company.

In the first section the theoretical bases of creation and substantiation of the business plan of development of the enterprise are investigated.

The second section analyzes the main technical and economic indicators and indicators of the financial condition of PJSC "Myronivsky Hliboproduct", in particular, SWOT - analysis.

In the third section, the business plan of the enterprise was developed to open a cafe of healthy food from the company PJSC "Myronivsky Hliboproduct"

Keywords: business plan, efficiency, cost, pre-tax profit, net income, fixed assets, liquidity, costs, profitability, assets.

ЗМІСТ

ВСТУП	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ..	Ошибка!
Закладка не определена.	
1.1. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану.....	Ошибка!
Закладка не определена.	
1.2. Зміст бізнес-планування та поняття бізнес планування	8
1.3. Методики обґрунтування розділів бізнес-плану підприємства	19
Висновки до розділу 1	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «МИРОНІВСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ»	24
2.1. Загальна характеристика підприємства ПрАТ "Миронівський хлібопродукт"	24
2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників	24
2.3. Аналіз фінансового стану.....	36
2.4. Обґрунтування необхідності бізнес-плану.....	46
Висновки до розділу 2	49
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ОБґРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	51
3.1. Розробка та обґрунтування бізнес-плану	54
3.2. Вплив впровадження бізнес-плану на підприємстві ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»	65
Висновки до розділу 3	68
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	74
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Процес створення бізнес-плану є доволі актуальним та важливим на сьогодні, оскільки в сучасних умовах господарювання успішне створення бізнесу або розширення діяльності діючого підприємства неможливе без визначення ринкових потреб та детального аналізу проекту розвитку підприємства. Саме для цього і призначений бізнес-план. Він дозволяє оцінити ефективність вкладання коштів, а також проаналізувати усі переваги й недоліки проекту.

Питанню призначення та ролі бізнес-планування в сучасних умовах господарювання присвячено багато наукових статей таких вчених-економістів як : Л.Т. Агафонова, І.І. Циглик, В.П. Гетало, І.З. Должанського, В. О. Козловського, В.Р. Кучеренка та ін.

Проаналізувавши як розкривають сутність бізнес-плану вітчизняні та зарубіжні науковці було зроблено висновок, що бізнес-план – це письмовий документ, який має чітко визначену структуру, в якому розкрито основну мету, цілі та призначення проекту розвитку підприємства, описано основні шляхи їх досягнення, а також наведено висновки стосовно результату, що планує отримати підприємство внаслідок реалізації даного інвестиційного проекту.

Головна мета бізнес-планування інвестиційного проекту – це розробка стратегії розвитку та реалізації даного бізнес-проекту, що полягає в оцінці, аналізі, контролі та регулюванні діяльності в умовах постійної зміни зовнішнього та внутрішнього середовища.

Метою кваліфікаційної роботи є поступове вивчення та вміння аналізувати ефективність діяльності підприємства, також розробка та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства.

Для того, щоб створити та обґрунтувати бізнес-план розвитку підприємства та досягти поставленої мети треба виконати такі **завдання**:

- зробити аналіз основних техніко-економічних показників;
- зробити аналіз фінансового стану;

- обґрунтувати необхідність бізнес-плану;
- зробити дослідження напрямів розвитку підприємства для створення бізнес-плану;
- розробити бізнес-план;
- обґрунтувати впровадження бізнес-плану.

Об'єктом дослідження є ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних питань щодо процесу створення та обґрунтування бізнес-плану розвитку підприємства.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження процесів і явищ. Із загальнонаукових методів застосовано: абстрактно-теоретичний, діалектичний, індукції та дедукції, аналізу й синтезу.

Структура і обсяг кваліфікаційної роботи.

Робота складається із вступу, 3 розділів, висновків, списку використаної літератури і додатків. Основний зміст роботи викладено на 81 сторінках. Робота містить 30 таблицю, 8 рисунків та додатки. Список використаних джерел нараховує 73 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

1.1 Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану

Бізнес-план — це документ, що описує всі основні аспекти майбутньої діяльності, аналізує проблеми, з якими можна зіткнутися, а також визначає засоби їх вирішення. Правильно складений бізнес-план у кінцевому результаті відповідає на запитання: чи варто взагалі вкладати гроші в цю справу, чи дасть вона прибутки і чи виправдаються усі витрати сил і засобів? Дуже важливо зробити це саме на папері відповідно до визначених вимог і провести спеціальні розрахунки, які допоможуть передбачити майбутні проблеми та зрозуміти, чи можна їх здолати і яким чином.

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;

розробка бізнес-плану;

презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів.

Складанню бізнес-плану передують визначення цілей власного бізнесу в загалі і бізнес-плану зокрема.

Бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі [8]. Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів і кредиторів в успіху справи. Головна внутрішня ціль бізнес-плану – бути основою управління підприємницькою діяльністю. Конкретні цілі розкривають зміст і особливості планових заходів, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності.

Бізнес-план дає змогу розв'язати цілий ряд завдань, основними серед яких є:

1) обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства;

2) розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку;

3) визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів;

4) підбір працівників, спроможних реалізувати даний план.

Кожне завдання плану може бути розв'язане лише у взаємозв'язку з іншими. Центром бізнес-плану є концентрація фінансових ресурсів. Саме бізнес-план виступає важливим засобом збільшення капіталу підприємства. Процес складання плану дає змогу глибоко проаналізувати розпочату справу у всіх деталях. Бізнес-план є основою бізнес-пропозиції у переговорах з майбутніми партнерами, він відіграє важливу роль при комплектуванні основного персоналу підприємства.

Таким чином, бізнес-план, по-перше, може бути використаний для розробки концепції бізнесу, для детального відпрацювання стратегії, для попередження помилок шляхом детального аналізу маркетингу, фінансів, виробничої діяльності підприємства.

По-друге, бізнес-план є інструментом, за допомогою якого суб'єкт господарювання може оцінити фактичні результати своєї діяльності за певний період.

По-третє, бізнес-план є засобом залучення коштів.

Підприємства, що вже сформувались, при розробці бізнес-плану мають певні переваги порівняно з підприємствами-початківцями. Цифри, які вони використовують для розрахунків, надійно обґрунтовані результатами їх діяльності, їх задуми на майбутнє впливають з їх колишньої стратегії, спираючись на успіхи підприємства, досвід, набутий на своїх помилках.

На шляху створення будь-якої справи постає ряд суттєвих перешкод, кожна з яких за відсутності необхідного підходу може стати причиною виникнення проблемної ситуації. До них відносяться організація управління, накопичення капіталу, розробка та маркетинг продукту, підтримання на необхідному рівні валового прибутку та захист бізнесу від небажаного впливу.

Статистика свідчить, що 75% усіх нових починань у бізнесі є невдалими в перші роки.

При виникненні будь-яких труднощів суб'єкт підприємницької діяльності повинен дослідити стан бізнесу та виявити можливі перешкоди. Кожного разу, з'ясувавши та вирішивши певну проблему, підприємство тим самим звільняється ще від однієї перешкоди, яка може призвести до невдачі, і, таким чином, підвищує свої шанси на успіх.

Багато з проблем можуть бути вирішені шляхом постійного уточнення бізнес-плану з метою приведення його у відповідність до умов, що змінюються. Це дасть можливість використовувати бізнес-план як реальний критерій оцінки фактичних результатів діяльності підприємства.

Бізнес-план минулого року може показати, яка із стратегій компанії виявилась ефективною, а яка ні, і наскільки результативним був той чи інший спосіб його реалізації.

При вивченні фактичних результатів роботи порівняно з бізнес-планом виявляються позитивні та негативні сторони організації, які можна використати для усунення відхилень між плановими і фактичними показниками.

Фінансовий розділ попереднього бізнес-плану може використовуватись як засіб об'єктивного спостереження за розвитком бізнесу. Фінансові прогнози, закладені у плані, становлять основу бюджету підприємства. Відхилення від розрахунків виявляються у статтях, де або думки про необхідні ресурси були хибними, або контроль в період виконання плану був недостатнім. Отже, крім управлінської функції бізнес-плану, його можна використовувати як засіб моніторингу.

Бізнес-план може сприяти залученню інвесторів та кредиторів. Перед тим, як ризикувати своїм капіталом, інвестори мають впевнитись у надійності розробки проекту та мати уявлення про його ефективність. Вони мають вивчити бізнес-план перед розглядом можливості капіталовкладень.

1.2 Зміст бізнес-планування та поняття бізнес планування

Зміст та структура бізнес-плану не має жорсткої регламентованої форми, але, як правило, у ньому передбачаються розділи, в яких розкривається концепція і мета бізнесу, характеризується специфіка продукту підприємства та задоволення ним потреб ринку; оцінюється ємність ринку та встановлюється стратегія поведінки підприємства на певних ринкових сегментах, визначається організаційна і виробнича структура, формується фінансовий проект справи, включаючи стратегію фінансування та пропозиції по інвестиціях, описуються перспективи зростання підприємства.

Універсальною основою будь-якого бізнес-плану, на яку можуть накладатися різні додаткові аспекти, є наступні розділи:

1. короткий опис проекту
2. опис підприємства
3. аналіз ринку
4. проект
5. план впровадження проекту
6. додатки.

Тепер розглянемо докладніше рекомендоване утримування частин бізнес-плану.

1. Короткий опис проекту (резюме)

Короткий опис проекту (резюме) складається, як правило, уже після того, як закінчена розробка всього бізнес-плану, однак розміщується саме на початку документа.

Воно повинне містити:

- мета проекту,
- структуру,
- фінансові потреби й переваги проекту,
- графік повернення позикових коштів,
- резюме.

У резюме для того, щоб зацікавити потенційного партнера, необхідно довести, що саме його справа буде мати успіх.

Анотація - своєрідна візитка майбутнього справи, тому необхідно чітко й переконливо викласти головні положення проекту, а саме: ціль, тобто чим буде займатися підприємство або організація (товар або послуга і її перевага), скільки коштів необхідно для його діяльності, фінансові прогнози, прогноз попиту на його продукцію або послуги, і чому підприємець думає, що його справа буде мати успіх.

У цьому розділі представляється й загальна інформація:

- повна назва й адреса підприємства;
- спонсори проекту - прізвища людей, притягнутих до проекту і їхньої координати;
- місце розташування;
- суть пропонованого проекту (кілька фраз щодо мети проекту);
- обґрунтування проекту (коротко пояснити, чому проект буде мати економічний резон);
- прогнозовані фінансові результати (опис загальної вартості проекту, очікуваних результатів проекту й строків погашення позик);
- короткий опис ринку (опис ринкових можливостей, які буде використати Ваш проект і головний аргумент - чому проект буде успішним, незважаючи на наявні товари й послуги, задовольняючі потреби вибраного сегмента ринку).

2. Опис підприємства

У цьому розділі необхідно докладно описати Ваше підприємство, щоб переконати інвестора або потенційного партнера, що Ваша компанія дієздатна, має налагоджене виробництво й здатна приносити прибуток У цьому розділі приводяться:

Загальний опис підприємства і її комерційної діяльності

Дата створення компанії і її юридична форма; що компанія виготовляє й (або) які послуги робить; коротка історія підприємства; власники й акціонери, кількість працівників; збут, прибуток і обсяг виробництва за минулі два-три року.

Управлінський апарат і персонал

Необхідно надати коротку характеристику менеджерів, період їхньої роботи в компанії, утворення, кваліфікація й досвід роботи в даній галузі.

Основні групи вироблених продуктів і послуг

Варто описати основні групи продуктів або послуг, які компанія виготовляє й реалізує, місце компанії на ринку; охарактеризувати головних клієнтів компанії; описати динаміку збуту товарів і послуг протягом останніх двох-трьох років діяльності. *Маркетинг*

Описати схему поширення товарів; принципи ціноутворення; рекламну діяльність фірми; методи стимулювання продажу; сервісні послуги компанії (гарантійне обслуговування й ін.); формування компанією суспільної думки.

Структура й виробництво підприємства

Опис інфраструктури включає територію, опис землі й споруджень; устаткування (кількість, тип, технічний стан, вік і ступінь зношування); балансову й залишкову вартість, а також ринкову ціну приміщень і устаткування компанії; наявність сертифікатів, спеціальних дозволів і ліцензій.

Виробництво компанії

У цьому розділі необхідно загалом освітити процес виробництва основний продукції компанії, а також дати відповідь на наступні питання: де буде виготовлятися товар (на діючому підприємстві або це буде нове підприємство); які виробничі можливості підприємства; де, у якій кількості, за якими цінами необхідно здобувати сировину й матеріали, яка репутація постачальників сировини, їхній досвід роботи; наявність виробничих відходів, токсичних речовин і їхнє розміщення. Для відповіді на ці питання необхідно проаналізувати стан справ з попередженням на 2-3 року. У заключній частині цього розділу необхідно знайти місце для розрахунку розмірів видатків на охорону навколишнього середовища, тому що це є необхідною умовою подальшого перетворення бізнес-плану в діюче підприємство.

Фінансовий стан підприємства

Необхідно розглянути фінансові результати останніх двох-трьох років діяльності підприємства, проаналізувати тенденцію збуту, пояснити причини появи особливо високих або низьких показників, пояснити тенденцію прибутковості, показати баланс між заборгованостями й акціонерним капіталом і ін. Необхідно врахувати, що з 1 січня 1998 року українські банки перейшли на міжнародну систему бухгалтерського обліку й фінансові результати діяльності підприємства відображають уже в цьому стандарті. Тому бажано представити хоча б два фінансових документи - звіт про доходи за минулий рік і баланс на початок і кінець поточного року. Важливим пунктом в цьому розділі є кредитна історія підприємства. Варто написати, чи одержувало підприємство раніше (протягом останніх двох-трьох років) кредити, якщо одержувало, то які суми, у яких кредитних установах, на який строк, чи були кредити повернуті вчасно, чи має компанія заборгованості по кредитах на даний момент і ін. Істотну роль для одержання нового кредиту можуть зіграти відкликання й рекомендації кредитних організацій, з якими компанія співробітничала раніше. Такі документи, як правило, включаються в бізнес-план.

Висновки

Необхідно підкреслити найдужчі сторони компанії і її слабкі сторони, можливі шляхи їх усунення.

3. Аналіз ринку

У цьому розділі проводиться аналіз стану галузі, у якій фірма має намір працювати.

Типовий процес дослідження ринку включає чотири етапи:

- визначення необхідної інформації для аналізу;
- пошук і збір даних;
- аналіз даних;
- план заходів, що дозволяють використати ці дані.

Важливо правильно сформулювати ідею проекту з обліком дійсного стану справ у галузі, щоб інвестор позитивно оцінив шанси нового підприємства в

порівнянні з іншими. Для цього в бізнес-плані рекомендується провести короткий історичний екскурс, дати аналіз поточного положення справ у сфері діяльності й визначити тенденції її розвитку.

Цей розділ вимагає комплексного розгляду наступних питань:

- визначення кола споживачів, прогноз їх платоспроможного попиту;
- прогноз цін;
- прогноз обсягів реалізації;
- вивчення динаміки продажу в галузі;
- вивчення можливостей, переваг, недоліків потенційних конкурентів, резервів їхнього випередження;
- скільки нових фірм виникло в цій галузі за останні роки; □
- кількість нових продуктів, що вийшли на ринок; □ аналіз можливостей і погроз ринку.

Опис ринку

Розробляючи прогноз споживання, необхідно визначити, що із клієнтурних ринків буде зацікавлений у Вашім товарі. Таких ринків може бути п'ять:

- споживчий ринок - окремі особи й господарства, які можуть здобувати товари й послуги для особистого користування;
- ринок виготовлювачів - підприємства, що купують товари й послуги для використання в процесі виробництва;
- ринок посередників - підприємства, що купують товари й послуги з метою їхнього перепродажу;
- ринок державних установ-організацій, товари, що купує, і послуги з метою їх використання в сфері комунальних послуг;
- міжнародний ринок - закордонні покупці, включаючи закордонних споживачів, виготовлювачів, посередників і державні установи.

Необхідно провести сегментування ринку, те їсти визначити ту групу споживачів, на яку орієнтований товар. Підставою для сегментування є певні ознаки: потреби, рівень доходів, географічне розташування, споживчі ознаки.

Бажано описати недавню історію ринку, на якому працює компанія, а також дати приблизну поточну й прогнозовану (на 2-3 року) місткість ринку в товарному й грошовому вираженні.

Тенденції ринку

Необхідно описати сьогоdnішній стан ринку в таких сферах, як ринковий попит, включаючи платоспроможність і поведження основних груп клієнтів; ринкові поставки необхідних товарів, включаючи самі типові канали поширення; основні типи товарів, політика цін і платежів.

Варто визначити будь-які політичні, економічні, технологічні й соціальні тенденції, які можуть істотно вплинути на стан ринку в найближчі 2-3 року, а також спрогнозувати результат впливу цих тенденцій.

У цьому розділі варто зробити аналіз конкурентів компанії: визначити основні типи конкурентів (прямі конкуренти, потенційні конкуренти, товари субститути), для кожного типу назвати конкретних конкурентів, дати їх коротку характеристику, виявити основні сильні й слабкі сторони.

Ризики

Необхідно розглянути основні можливості, які можуть бути основою успіху проекту, а також основних погроз, пов'язаних з ринковою середовищем, і вказати, як можна зменшити їхній вплив.

4. Сутність пропонованого проекту

Розділ "Опис проекту" дає можливість підприємцеві переконати інвестора в тім, що:

- проект має сенс;
- проект буде приносити прибуток;
- Ви добре знаєте ту сферу, у якій мають намір працювати;
- Ви продумали всі фактори, що впливають на проект;
- Ваш діючий бізнес перебуває в задовільному стані;
- Ви не забуваєте про інтереси партнерів і інвесторів.

Опис і логічне обґрунтування проекту

Необхідно описати ідею проекту: його ціль і сферу діяльності, у яку пропонується впровадити проект; яку продукцію або товар Ви будете випускати, які послуги робити, або яку діяльність здійснювати (виготовляти нову продукцію, поліпшувати існуючу продукцію, поліпшувати діяльність, купувати й продавати, модернізувати підприємство, приміщення й устаткування), дати логічне обґрунтування проекту, тобто пояснити, у чому цей план має сенс.

Призначення коштів і джерела фінансування проекту

У цьому розділі необхідно викласти план одержання коштів для створення або розширення підприємства, тобто вказати: скільки необхідно коштів для реалізації даного проекту; джерела одержання коштів; очікуваний строк повернення вкладених коштів і одержання інвесторами прибутку.

Дайте короткий опис вартості проекту по таким категоріям:

- нові закупівлі (земля, приміщення й спорудження, включаючи транспортування, страхування, установку й будівництво);
- поліпшення інфраструктури;
- збільшення оборотних коштів (початкові видатки, додаткові запаси сировини й готових виробів, нові адміністративні видатки й видатки на маркетинг і збут);
- непередбачені видатки проекту (приблизно 15-20% суми перших трьох категорій видатків).

Якщо підприємство планує покупку устаткування, необхідно додатково вказати його кількість, тип, виготовлювача встаткування, а також у кого й на яких умовах воно буде придбано.

Особлива увага варто приділити джерелам, за рахунок яких буде здійснюватися фінансування проекту. Джерела необхідно розподілити на кілька категорій, наприклад:

- власні кошти компанії (наявні й плановані);
- зовнішнє фінансування (грошові й товарні кредити, інвестиції).

Умови фінансування й застава

Розглядаючи умови фінансування проекту, варто точно вказати обсяг необхідного кредиту, а також докладно розробити графіки його одержання й погашення.

Необхідно визначити:

- умови кредитування: сума необхідного кредиту; графік погашення кредиту; строк кредиту або позики; процентна ставка; пільговий період для погашення кредиту (позики); умови виплати основної суми позики й відсотків;
- ринкова вартість станового забезпечення, яке пропонується для гарантування позики, за результатами експертної оцінки майна.

Прибутковість проекту

Цей розділ бізнес-плану розробляється з метою узагальнення картини попередніх складових частин плану, однак представляє їх в оцінному вираженні. Розрахунки фінансового плану дозволяють дійти висновку про реальність проекту з економічної точки зору. Це також дозволить передбачати проблеми й зрівняти реальний хід справ с запланованим.

Найчастіше прогноз робиться на три роки, причому на перший рік дається помісячна розбивка, на другий - поквартальна, а за третій рік представляються загальні результати за 12 місяців.

Розділ містить у собі кілька документів, а саме:

- прогноз обсягу реалізації;
- прогнозований звіт про доходи підприємства;
- прогнозований баланс;
- звіт про рух грошових коштів;
- динаміка зміни основних фінансових коефіцієнтів.

Прогноз обсягу реалізації дає подання про тої частини ринку, на яку розраховує підприємство. Цей документ складається на підставі вивчення ситуації на ринку.

Звіт про доходи підприємства містить:

- надходження від продажу товарів (реалізації послуг);
- видатки на виробництво товарів;

- загальновиробничі витрати (по видах); відрахування в бюджет; чистий прибуток.

Звіт про рух грошових коштів - це документ, за допомогою якого можна оцінити рух коштів при реалізації проекту з розбивкою за часом (а саме: скільки коштів необхідно до початку реалізації й при виконанні роботи). Головна мета цього звіту - переконатися в можливості забезпечення синхронності надходження й витрати грошей, а також перевірити можливість ліквідності справи у випадку необхідності.

Динаміка зміни основних фінансових коефіцієнтів показує, як змінюються в процесі реалізації проекту основні фінансові коефіцієнти:

- коефіцієнт валового прибутку;
- коефіцієнт операційного прибутку;
- коефіцієнт чистого прибутку;
- коефіцієнт швидкої ліквідності;
- коефіцієнт співвідношення власних і притягнутих коштів;
- коефіцієнт погашення кредиторської заборгованості й ін.

Варто докладно описати допущення, в відповідності з якими Ви розробляли прогноз базового варіанта реалізації проекту, докладно розглянути показники прибутковості й показники ліквідності проекту.

Розрахунок крапки беззбитковості проекту (Бажано зробити розрахунок крапки беззбитковості проекту в товарному й грошовому вираженні).

Оцінка ризику

Про ризик проекту необхідно говорити, тому що:

- це покаже кредиторіві, що Ви реально оцінюєте ситуацію;
- це допоможе Вам передбачати ризик і зменшити його;
- це буде сприяти розумінню кредитора, що Ви в стані виходити з важких умов.

Для більшості невеликих проектів аналіз ринку проводиться строго експертними методами, те є способом оцінювання. Найважливіше в цьому випадку - уміння розроблювача бізнес-плану заздалегідь передбачати всі

можливі види ризику. Ризики можна кваліфікувати по джерелах виникнення - господарський, пов'язаний з особистістю людини, і пов'язаний із природними факторами. Спектр ризиків досить широкий - від пожеж, землетрусів, міжнаціональних конфліктів до знеструмлення встаткування й т.д.

Виходячи з певної ймовірності виникнення небажаних ситуацій, необхідно побудувати діяльність таким образом, щоб як можна зменшити ризик і залежні від нього втрати в майбутньому.

Ризики класифікуються за джерелами виникнення:

- політичні;
- господарські;
- форс-мажорні

Політичні ризики обумовлені:

- ризиком зміни державного устрою, частими змінами уряду;
- нестабільністю політичної влади;
- неадекватністю політичних рішень;

Господарські ризики можуть включати:

- ризик зміни податкового законодавства;
- ринковий ризик (відсутність споживачів товарів та послуг);
- ризик капітальних вкладень (інфляція);
- ризик зміни цін постачальників;
- ризик затримки платежів за реалізовану продукцію; - ризик

неадекватного менеджменту тощо.

Форс-мажорні обставини включають:

- ризики землетрусу, повені, бурі, урагану, інших стихійних лих; - ризики виникнення міжнаціональних конфліктів;
- - ризик втрати майна при пожежі.

Виходячи з певної ймовірності виникнення небажаних ситуацій, необхідно побудувати діяльність таким чином, щоб зменшити ризик і пов'язані з ним втрати в майбутньому.

Необхідно також провести аналіз чутливості проекту. Він полягає в тому, що крім прогнозованих фінансових результатів, розрахованих для базового варіанту, виконується розрахунок ще для декількох екстремальних випадків:

- розрахунок за найгіршим сценарієм – коли зовнішні фактори максимально заважають здійсненню проекту;
- розрахунок за найкращим сценарієм – коли зовнішні фактори максимально сприяють здійсненню проекту.

За найгіршого сценарію реалізації проекту повинна бути забезпечена прибутковість, яка гарантує виконання зобов'язань перед кредиторами або партнерами.

В цьому розділі бізнес-плану необхідно дати рекомендації по запобіганню ризику, а також викласти свою програму страхування від ризику. Слід передбачити, до яких страхових установ варто звернутися, на які суми планувати страхові внески.

5. План впровадження проекту

У цьому розділі розробляється докладний покроковий план здійснення проекту. Цей план доцільно викласти у вигляді таблиці.

У цьому плані необхідно вказати всі ключові події, що є заставою успішного здійснення проекту, наприклад, строк підписання договору про надання кредиту, строк одержання першого траншу й ін.

Необхідно також визначити будь-яке зовнішнє вплив фактору часу на проект (наприклад, задаток губиться, або повна виплата не отримана протягом певного періоду часу).

6. Додатки

У Додатки до бізнес-плану включають всю важливу інформацію, яка не увійшла до його основної частини: повні резюме менеджменту компанії; копії балансів і звітів про фінансову діяльність підприємства (як правило, за 3 попередні роки); детальні розрахунки економічної ефективності інвестиційних проектів; аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства; рекомендаційні відгуки кредиторів.

Висновки

Підприємцю, що вирішив почати підготовку бізнес-плану, призначеного для одержання зовнішнього фінансування (для контактів з партнерами), необхідно чітко зрозуміти два таких важливих моменти:

- розробка бізнес-плану - тривалий і трудомісткий процес, що вимагає зосередження зусиль усього персоналу компанії. Процес розробки професійно виконаного бізнес-плану займає багато часу й вимагає залучення, як правило, декількох кваліфікованих фахівців;
- процес ухвалення рішення (час із моменту подачі бізнес-плану на розгляд до прийняття кредитором або інвестором рішення) про фінансуванні проекту вимагає досить більших витрат часу.

1.3 Методики обґрунтування розділів бізнес-плану підприємства

Перед тим як переходити до опису даного розділу подивіться на рис. 1.1



Рис. 1.1 «Принципи бізнес-планування»

Розкриємо короткий зміст принципів бізнес-планування, дотримання яких дозволить розробити документ, що відповідатиме вимогам до його розробки:

- адекватність – бізнес-план та положення усіх його розділів повинні відповідати існуючим ринковим умовам і можливостям підприємства;
- цільовий характер – розрахунки, проведені при бізнес-плануванні, мають відповідати основній цілі;
- постійність – розробка бізнес-плану повинна бути безперервним процесом планування бізнесу;
- системність – сукупність показників та розрахунків, проведених при розробці бізнес-плану, мають бути ув'язаними в єдину систему показників, узгоджених між собою спільними цілями та ресурсами;
- науковість – усі розрахунки, проведені при розробці бізнес-плану, мають ґрунтуватись виключно на наукових підходах та методиках;
- оптимізації – у ході розрахунку показників слід забезпечити обрання допустимого, проте найкращого варіанту реалізації підприємницького проекту та розвитку підприємства;
- ініціювання – активізація, стимулювання і мотивація прогнозованих дій, проектів, угод ін.;
- прогнозування – передбачення та обґрунтування бажаного стану підприємства в процесі аналізу та обліку сукупності факторів;
- координація та інтеграція – облік взаємозв'язку та взаємозалежності всіх структурних підрозділів підприємства з орієнтацією їх на єдиний загальний результат;
- безпека управління – забезпечення інформацією про можливі ризики для своєчасного прийняття запобіжних заходів щодо зменшення чи запобігання негативних наслідків;
- впорядкування – створення єдиного загального порядку для успішної роботи і відповідальності;
- контроль – можливість оперативного відстеження виконання плану, виявлення помилок та можливостей його коригування;
- документування – представлення бізнес-плану в документальній формі.

Всі розрахунки, які проводяться у межах бізнес-плану, повинні базуватись на відповідних методах і методології планування фінансово-економічних показників. Зокрема на рис. 1.2 представлено основні методи бізнес-планування:



Рис. 1.2 «Методологія бізнес-планування»

Охарактеризуємо їх:

- метод оптимізації – передбачає проведення розрахунків згідно окремих сценаріїв (варіантів) та обрання найбільш оптимального;
- метод цільового прибутку – базується на визначенні розміру цільового прибутку, який є бажаним для підприємства;
- індикативний метод – передбачає розрахунок критичних обмежень обсягів господарської діяльності, при яких досягається доцільність функціонування підприємства, беззбитковість його діяльності, мінімальна рентабельність вкладеного у бізнес-проект капіталу, ефективність використання ресурсного забезпечення, ін.;
- балансовий метод – базується на ув'язці (шляхом складання умовного балансу) бажаних результатів діяльності підприємства (реалізації підприємницького проекту) з відповідним ресурсним забезпеченням для досягнення цих показників;
- нормативний метод є найбільш точним (проте трудомістким, оскільки часто потребує обґрунтування або встановлення науково-обґрунтованих норм відповідних показників);

- дослідно-статистичний метод використовується за умови, коли неможливо використати наведені вище методи для розрахунку планових показників.

Інформаційна база – це доволі широкий спектр даних, на основі яких складається бізнес-план (рис. 1.3):

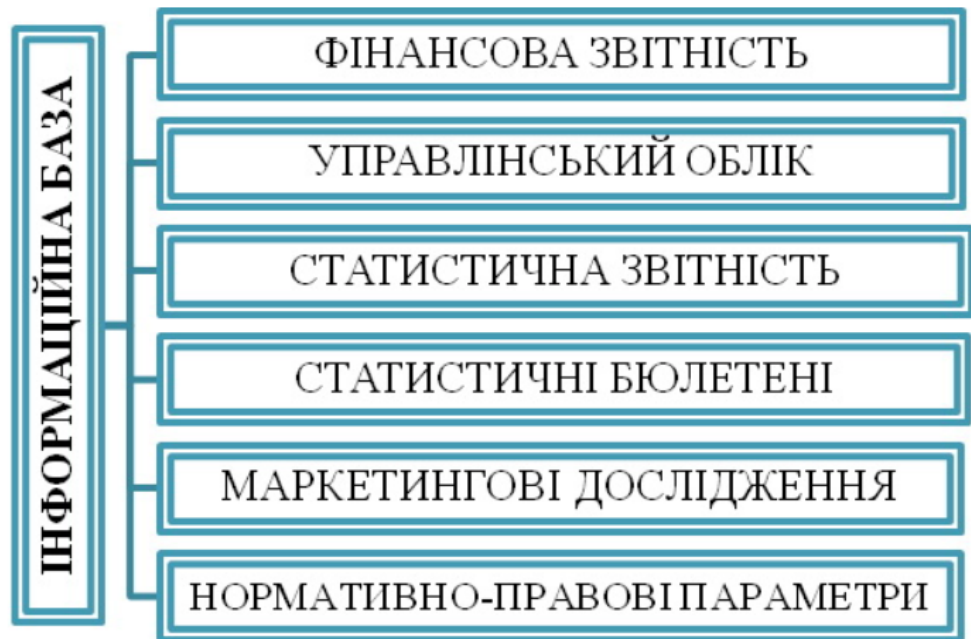


Рис. 1.3 «Інформаційна база для складання бізнес-планів»

Висновки до розділу 1

Бізнес-план - це техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємств у ринкових умовах, програма його діяльності; він характеризує модель підприємства в майбутньому. Він складається для діючого підприємства, нового виду діяльності або продукції, для нового підприємства. Він потрібен керівникові фірми, акціонерам, інвесторам. Бізнес-план частіше складається на рік, два роки, зрідка на більший період.

Мета бізнес-планування:

- визначення рівня життєздатності та стійкості підприємства;
- виявлення сильних та слабких сторін фірми;

- конкретизація стратегії розвитку через систему кількісних і якісних показників;
- забезпечення підтримки інвесторів та акціонерів;
- зниження ризиків підприємницької діяльності.

Бізнес-план розробляють для пошуку подальших резервів зменшення витрат і зростання доходів з метою забезпечення зростання прибутків підприємства. Бізнес-план являє собою специфічний документ, що описує основні аспекти майбутньої діяльності підприємства з реалізації будь-якої інвестиційної програми або будь-якої бізнес-ідеї у принципі. При цьому при розробці бізнес-плану особлива увага повинна приділятися не тільки визначенню очікуваного обсягу прибутку від реалізації бізнес-ідеї, а й вивченню умов на ринку даних послуг, виявленню можливостей розширення обсягів їх реалізації у майбутньому, можливих джерел фінансування проекту з урахуванням умов отримання кредиту та строків його погашення.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ПрАТ «МИРОНІСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ»

2.1. Загальна характеристика підприємства ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Упродовж усієї своєї історії мхп розвивається за принципом: «якщо хочеш зробити щось добре — зроби це сам».

У 1998 р. Юрій Косюк заснував АТЗТ «Миронівський хлібопродукт».

Компанія здобуває контрольний пакет акцій у ВАТ «Миронівський завод з виготовлення круп і комбікормів» і стає одним з провідних зерноторгових підприємств України.

У 1999 р. МХП викуповує та модернізує птахофабрику «Перемога». На оновленому підприємстві "Перемога Нова" починається промислове виробництво м'яса птиці.

У 2002 р. На ринок виходить перший в Україні бренд охолодженої курятини "Наша Ряба".

У грудні 2003 р. МХП стає першою українською компанією, що отримала кредит від Міжнародної фінансової корпорації (IFC). Кошти спрямовані на збільшення та модернізацію виробничих потужностей.

Реалізуючи стратегію диверсифікації, у період між 2003 і 2006 роками МХП ініціює низку нових напрямків діяльності:

- вирощування кукурудзи, соняшнику, пшениці, ріпаку та інших культур;
- виробництво ковбасних виробів і м'ясних напівфабрикатів;
- розведення великої рогатої худоби для виробництва яловичини преміум-класу під торговельною маркою «Сертифікований Ангус»;
- виробництво гусячої печінки та фуа-гра.

У 2004 р. на Миронівському заводі з виготовлення круп і комбікормів введено в експлуатацію олієпресовий завод - як наступний етап втілення стратегії вертикальної інтеграції. Його мета - виробництво рослинного протеїну з насіння соняшнику для подальшого виробництва комбікормів.

Цього ж року починається продаж олії - побічного продукту при виробництві рослинного протеїну.

У 2005 р. до складу МХП входить утворене 2004 року підприємство "Зернопродукт", що займається вирощуванням кукурудзи, пшениці, ячменю і соняшнику.

Цього ж року частиною МХП стає також "Катеринопільський елеватор" (комбікормовий завод і потужності для зберігання зернових та олійних культур). Це дозволяє компанії збільшити контроль за виробництвом комбікормів.

Щоб виробляти бетонні панелі для будівництва пташників, МХП в травні включає до свого складу Черкаський завод залізобетонних виробів.

У 2006 р. 30 травня, згідно із законодавством Люксембургу, створюється холдингова компанія МНР. S.A.

У січні закінчується будівництво першого в Україні заводу з виробництва м'ясних напівфабрикатів - Миронівського м'ясопереробного заводу "Легко" (ТМ "Легко!"). До складу компанії з цього року також входять такі підприємства, як Науково-виробнича фірма "Урожай" (рослинництво) та "Дружба народів" (рослинництво та птахівництво).

Цього ж року МХП завершує випуск єврооблігацій на суму 250 млн. доларів США.

У 2007 р. в експлуатацію вводиться перша виробнича лінія Миронівської птахофабрики (потужність - близько 110 тис. тонн курятини на рік). Для повного забезпечення цього підприємства ресурсами та кормами на "Катеринопільському елеваторі" вводяться в експлуатацію дві додаткові лінії виробництва комбікормів, а також збільшуються потужності Старинської птахофабрики для виробництва інкубаційного яйця.

У 2008 р. МХП проводить первинне публічне розміщення акцій (у формі глобальних депозитарних розписок) на Лондонській фондовій біржі. Таким чином, "Миронівський хлібопродукт" стає першою українською аграрною компанією, що провела лістинг на основному майданчику Лондонської фондової біржі.

Група отримує контроль над 80% акцій заводу "Український бекон", що виробляє м'ясні вироби. Розширюється продуктова лінійка МХП за рахунок таких брендів м'ясоковбасних виробів, як "Бащинський" та "Європродукт".

З цього року компанія повністю забезпечує свої потреби в кукурудзі, що використовується при виробництві комбікормів.

У 2009 р. Миронівська птахофабрика виходить на повну виробничу потужність (вводиться в експлуатацію друга виробнича лінія). Тепер потужність виробництва складає близько 200 тис. тонн курятини на рік. На сьогодні Миронівська птахофабрика - найбільше підприємство на українському ринку промислового виробництва курятини і одне з найбільших у Європі.

У вересні збільшуються потужності з переробки соняшнику на "Катеринопільському елеваторі". Це дозволяє МХП задовольнити попит на необхідний для виробництва комбікормів соняшниковий протеїн, який зростає дедалі більше. Завдяки цьому виробництво олії збільшується на 50%.

У квітні проводиться успішний рестайлінг ТМ "Наша Ряба".

У 2010 р. починається будівництво Вінницької птахофабрики (м.Ладижин). Планова сумарна потужність підприємства - 440 тис. тонн курятини на рік. Після введення в експлуатацію всіх виробничих ліній це буде найбільше підприємство такого профілю в Європі та одне з найбільших у світі.

Рефінансовано 250 млн. дол США єврооблігацій і отримано 330 млн. доларів США до 2015 року.

В грудні в ході SPO власник МХП Юрій Косюк продає близько 10% акцій компанії. У вільному обігу відтепер знаходяться близько 35% акцій компанії.

У 2011 р. МХП починає розробку пілотного проекту "Біогаз", що передбачає будівництво біогазової станції, що працюватиме на курячому посліді на потужностях птахофабрики "Оріль-Лідер" (Дніпропетровська обл.). Об'єм інвестицій - близько \$15 млн. на одну установку.

Потужність станції складе 5 МВт на рік. Біогазова станція зменшить "вуглецевий слід" і допоможе знизити виробничі видатки.

Мета компанії - енергетична ефективність та незалежність.

У 2012 році була побудована і введена в експлуатацію перша черга Вінницького комплексу. На середину 2014 року запланований вихід на річний рівень виробництва в розмірі близько 220 тис. тонн.

У квітні 2012 р. МХП розпочав будівництво біогазової станції на птахофабриці «Оріль-Лідер». У грудні 2012 року перший ферментатор був уведений в експлуатацію в тестовому режимі.

МХП збільшив свій земельний банк приблизно на 5 тис. га. 4 грудня влада ЄС проголосувала за включення України до списку країн, які мають право експорту продуктів птахівництва до країн Європейського Союзу. Відповідно до Регламенту ЄС № 88/2013, з 31 січня 2013 Україна отримала право на експорт продуктів птахівництва в країни ЄС.

У 2013 р. на Вінницькій птахофабриці на повну потужність працюють сім зон вирощування. Компанія успішно випускає єврооблігації на суму US\$750 млн. терміном до 2020 р. та пропонує до обміну облігації, термін яких спливає у 2015 р. МХП вперше виплачує квартальні дивіденди акціонерам компанії у розмірі US\$1,12 на 1 акцію, що еквівалентно US\$120 млн

Три підприємства компанії отримали єврономери, що дозволяють експортувати їхню продукцію в країни ЄС: Миронівська птахофабрика, МПЗ «Легко», Птахофабрика «Снятинська Нова».

Завдяки новим придбанням у Росії (40 тис. га) і в Україні (35 тис. га) земельний банк МХП сягає 360 тис. га.

У 2014 р. завершено будівництво та введення в експлуатацію першої черги Вінницької птахофабрики потужністю близько 220 тис. тонн м'яса птиці на рік. В цьому ж році підприємство отримало дозвіл на експорт своєї продукції в країни ЄС і почало експорт курятини під ТМ Qualiko. Вперше МХП бере участь в найбільших світових виставках продуктів харчування: GULFOOD (Дубай, ОАЕ) и SIAL (Париж, Франція). Географія експорту сягає 50 країн СНД, Азії, Африки, Близького Сходу. Обсяги експорту продукції МХП ростуть. Для експорту продукції МХП на світові ринки створена ТМ Qualiko.

Створена і виведена на український ринок ТМ Chick & Go - бренд унікальних охолоджених продуктів, готових до вживання.

Це також рік потужного розвитку внутрішніх програм по роботі з персоналом та впровадження нових рішень на рівні внутрішніх комунікацій.

У 2015 р. упродовж 2015 року проведена реконструкція бройлерної птахофабрики МХП «Перемога Нова», яка була переведена в статус птахофабрики батьківського поголів'я.

На птахофабриці «Оріль-Лідер» та Миронівській птахофабриці було розширено потужності з вирощування птиці. У м. Миронівка було введено в роботу нову лабораторію для потреб МПЗ «Легко», Миронівського заводу з виготовлення круп і комбікормів та Миронівської птахофабрики.

У червні МХП обміняв свої активи у Воронежській області РФ «Воронеж Агро Холдинг» (40 тис. га землі та елеватори на 150 тис. т) на активи ТОВ «Агрокультура» у Львівській, Тернопільській, Івано-Франківській областях України (60 тис. га землі та елеватори на 90 тис. т).

Компанія активно впроваджує інноваційні технології точного землеробства та адміністрування земельного банку на всіх своїх рослинницьких підприємствах.

Протягом 2015 року в межах ТОВ «Катеринопільський елеватор» було збудовано і введено в експлуатацію перший в МХП олієекстракційний завод, який повністю забезпечує потреби МХП в соєвому шроті.

У Брюсселі шість продуктів МХП отримали європейські нагороди Міжнародного інституту смаку та якості (ITQI – International Taste & Quality Institute). Усі подані на конкурс продукти отримали нагороди, найвищу оцінку здобув продукт «Крило апетитне».

Ключові показники 2016 р.:

100 % завантаженість виробничих потужностей.

100 % самозабезпечення інкубаційним яйцем.

Експортер м'яса птиці в Україні № 1.

Диверсифікованість експорту: відкрито нові дистриб'юторські офіси в країнах Близького Сходу і Північної Африки.

Відкриття нового переробного заводу в Нідерландах.

Земельний банк ПрАТ «МХП» становить 370 000 га.

100 % ефективність із переробки відходів.

У 2017 р. Відбувся рестайлінг компанії МХП. 7 листопада 2017 року МХП презентував оновлений логотип Групи МХП усім співробітникам та громадськості. Новий знак – це трансформація історичного елемента «млин», який присутній у логотипі компанії ще з 1998 року.

За голландською моделлю відкрито переробне підприємство у Словаччині.

Розпочато спільний проект агрохолдингу МХП з Radar Tech і Agrohub – МНР accelerator, який спрямований на пошук, розвиток і інтеграцію стартапів у сфері агробізнесу.

Директор департаменту технологій якості продуктів Олена Косюк вперше представила МХП на Міжнародному форумі IFC з безпеки харчової продукції. Це стало можливим завдяки тому, що МХП – одна з перших компаній в Україні, яка впровадила на своїх підприємствах систему HARP (аналіз небезпечних чинників та критичні точки контролю).

Розпочато будівництво другої черги Вінницької птахофабрики. Загальна потужність другої черги, яка буде введена в експлуатацію на 100% протягом наступних трьох років, становить 260 тис. тонн.

МХП впроваджує у дистрибуційному центрі в ОАЕ систему SAP S/4HANA, яка дозволяє автоматизувати бізнес-процеси та керувати потоками інформації в режимі реального часу. Планується подальше тиражування системи на всю компанію.

У 2018 р. Компанія відсвяткувала своє 20-річчя. Урочисті заходи для співробітників та населення відбулись у Миронівці та у регіонах присутності холдингу.

Було завершено будівництво другої черги Вінницької птахофабрики, що дало змогу у 2018 році збільшити обсяги виробництва курятини до 617 943 тонн.

Розпочато будівництво ВП «Біогаз Ладиджин» – найбільшого біогазового комплексу з переробки курячого посліду в Європі та другої біогазової станції МХП. До кінця року було запущено 1 чергу потужністю 10 МВт.

У 2018 році МХП розпочав роботу над угодою щодо придбання Perutnina Ptuj, міжнародної та найбільшої компанії з виробництва курятини і продуктів з м'яса птиці в Південно-Східній Європі. Завершено угоду на початку 2019 року.

Експорт продукції охопив більше ніж 80 країн світу.

Розпочато масштабний проект діджиталізації усіх бізнес-процесів компанії, який має на меті підвищити ефективність діяльності усіх систем.

Створено MHP Channel – діджитал еко-систему, яка включає, усі онлайн-канали комунікації: сторінки МХП та МХП СТАРТ в Facebook та Instagram, офіційний Youtube та Telegram-канали компанії.

Завершилась програма розвитку стартапів MHP accelerator 1.0, що націлена на пошук, розвиток та інтеграцію технологічних рішень у сфері агробізнесу. Переможці отримали можливість комерційного запуску свого рішення в партнерстві з МХП.

МХП став одним з найкращих роботодавців України за версією міжнародної консалтингової компанії Korn Ferry та українського бізнес-видання «Власть денег». Також компанія отримала спеціальну нагороду «За внесок в розвиток культури HR-брендінгу в Україні» від НН за програму кар'єрного розвитку «МХП Старт».

Зараз роздивимось структуру підприємства ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», яке зображено на рисунку 2.1:

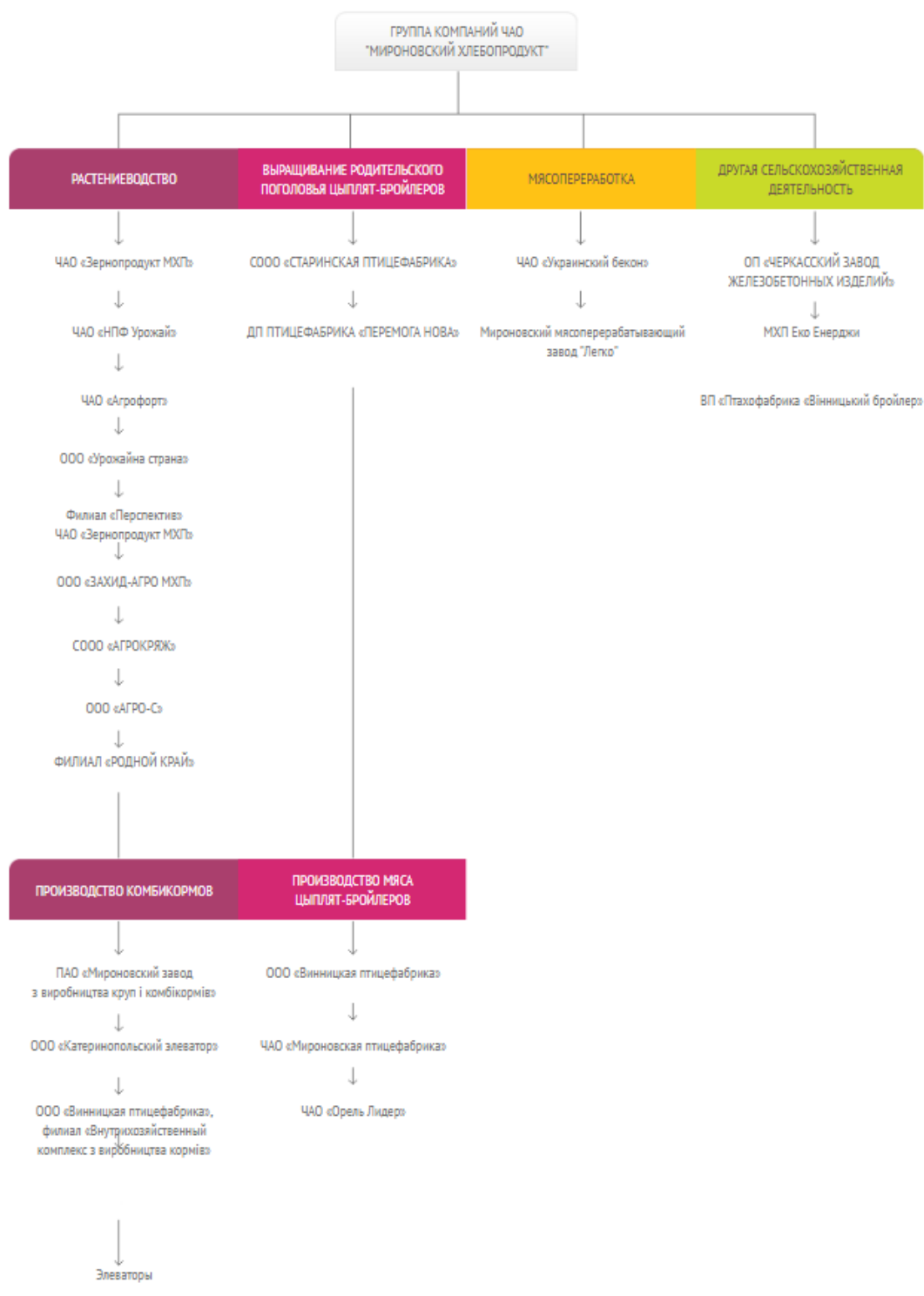


Рис. 1.1. Структура компанії ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Також розглянемо географію експорту компанії. Управління експорту існує у структурі ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» з 2007 року.

Основною діяльністю Управління експорту Комерційного департаменту є експорт продуктів харчування на зарубіжні ринки. Продуктовий портфель

експорту включає заморожені тушки та частини тушок курчат-бройлеров, гусячу печінку фуа-гра, заморожене м'ясо гусей, готові продукти з м'яса птиці.

Станом на 31 грудня 2015 р. обсяги експорту м'яса птиці з початку року склали понад 132 тис. тонн. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» експортує свою продукцію до 17 країн ЄС: Нідерланди, Ірландія, Бельгія, Польща, Італія, Греція й інші; країни СНД та Митного Союзу: Вірменія, Киргизстан, Казахстан, Грузія, Молдова, Узбекистан, Таджикистан; країни Близького Сходу: Ірак, Йорданія, Ліван, ОАЕ, Кувейт; а також в країни Африки: Єгипет, Лівія, Демократична Республіка Конго, й інші країни світу. Географія експорту — близько 65 країн.

Готова продукція з м'яса птиці ТМ Qualiko і небрендovanі напівфабрикати виробництва Миронівського м'ясопереробного заводу «Легко» експортуються в ряд країн Європи (Нідерланди, Ірландію, Францію, Великобританію, Румунію, Швейцарію, Словаччину) і СНД (Узбекистан, Киргизстан, Грузію, Молдову). Ведеться подальша робота з виведення даної продукції на ринки інших країн Європейського Союзу, а також країн Перської Затоки. Експорт гусячої печінки «фуа-гра» здійснюється у Францію, Нідерланди, Естонію, Білорусь.

У 2016 році МХП планує відкрити дистрибуційні склади у різних точках світу (ЄС, ОАЕ, Єгипет, інші).

2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників

Один з найважливіших показників для обґрунтування необхідності розробки бізнес-плану є техніко-економічні показники.

Таблиця 2.1

Динаміка основних засобів

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Групи основних засобів	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Земельні ділянки	79037	120804	927907	41767	807103	52,84%	668,11%

1	2	3	4	5	6	7	8
Будинки та споруди	16455715	17891626	24396739	1435911	6505113	8,73%	36,36%
Виробниче обладнання	7552687	8245271	8635373	692584	390102	9,17%	4,73%
Транспортні засоби та сільськогосподарська техніка	5582650	5086368	4340686	-496282	-745683	-8,89%	-14,66%
Комунальні послуги та інфраструктура	2529163	2760219	3615201	231055	854982	9,14%	30,98%
Споруди для зберігання зерна	2156599	2017868	2500528	-138732	482661	-6,43%	23,92%
Допоміжні та інші машини	1220755	1237418	1461841	16663	224423	1,36%	18,14%
Інші основні засоби	61748	76004	84323	14257	8318	23,09%	10,94%
Будівництво в процесі	3181445	4056170	2577485	874725	-1478685	27,49%	-36,46%
Всього основних засобів	38819800	41491748	48540082	1435911	6505113	8,73%	36,36%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

У 2017 році підприємство мало основних засобів на суму 38819800 тис. дол, найбільшу частку склали: будинки та споруди (42,39%) та виробниче обладнання (19,46%); найменшу частку склали: інші основні засоби (0,16%) та земельні ділянки (0,2%).

Зробивши аналіз динаміки, можемо перейти до аналізу структури основних засобів.

Таблиця 2.2

Структура основних засобів

ПРАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Групи основних засобів	2017		2018		2019	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %
1	2	3	4	5	6	7
Земельні ділянки	79037	0,20%	120804	0,29%	927907	1,91%
Будинки та споруди	16455715	42,39%	17891626	43,12%	24396739	50,26%
Виробниче обладнання	7552687	19,46%	8245271	19,87%	8635373	17,79%
Транспортні засоби та сільськогосподарська техніка	5582650	14,38%	5086368	12,26%	4340686	8,94%
Комунальні послуги та інфраструктура	2529163	6,52%	2760219	6,65%	3615201	7,45%
Споруди для зберігання зерна	2156599	5,56%	2017868	4,86%	2500528	5,15%
Допоміжні та інші машини	1220755	3,14%	1237418	2,98%	1461841	3,01%

1	2	3	4	5	6	7
Інші основні засоби	61748	0,16%	76004	0,18%	84323	0,17%
Будівництво в процесі	3181445	8,20%	4056170	9,78%	2577485	5,31%
Всього основних засобів	38819800	100,00%	41491748	100,00%	48540082	100,00%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

На 2018 рік основні засоби збільшилися на 115428 тис. дол, найбільшу частку склали: будинки та споруди (43,12%) та виробниче обладнання (19,87%), найменшу частку склали: інші основні засоби (0,18%) та земельні ділянки (0,29). На 2019 рік основні засоби збільшилися на 550768 тис. грн. (36,75%), за рахунок значного збільшення земельних ділянок, будинків та споруд. Найбільшу частку склали: будинки та споруди (50,26%), виробниче обладнання (17,79%), найменшу частку склали: інші основні засоби (0,17%)

Далі, зробимо розрахунок показників технічного стану.

Таблиця 2.3

**Показники технічного стану основних засобів по групах на
ПРАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.**

Групи основних засобів	2018			2019		
	Первісна вартість, тис. грн.	Залишкова вартість, тис. грн.	Ступінь спрацювання, %	Первісна вартість, тис. грн.	Залишкова вартість, тис. грн.	Ступінь спрацювання, %
Земельні ділянки	120804	120804	0,00%	927907	927907	0,00%
Будинки та споруди	18553791	17891626	3,57%	24792961	24396739	1,60%
Виробниче обладнання	9206166	8245271	10,44%	10877603	8635373	20,61%
Транспортні засоби та сільськогосподарська техніка	6530147	5086368	22,11%	4830753	4340686	10,14%
Комунальна інфраструктура	2922223	2760219	5,54%	3672048	3615201	1,55%
Споруди для зберігання зерна	2170098	2017868	7,01%	2560999	2500528	2,36%
Допоміжні та інші машини	1422819	1237418	13,03%	1546969	1461841	5,50%
Інші основні засоби	271428	76004	72,00%	363370	84323	76,79%
Будівництво в процесі	4056170	4056170	0,00%	2577485	2577485	0,00%
Всього основних засобів	45253647	41491748	8,31%	52150096	48540082	6,92%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Розглянемо показники технічного стану основних засобів на ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 окремо:

Таблиця 2.4

Групи основних засобів	2017			
	Первісна вартість, тис. грн.	Амортизація	Ступінь спрацювання, %	Залишкова вартість, тис. грн.
Земельні ділянки	79037	0	0,00%	79037
Будинки та споруди	16455715	400378,6	2,43%	16455715
Виробниче обладнання	7552687	661431,6	8,76%	7552687
Транспортні засоби та сільськогосподарська техніка	5582650	1041265	18,65%	5582650
Комунальні послуги та інфраструктура	2529163	76342,78	3,02%	2529163
Споруди для зберігання зерна	2156599	169104,9	7,84%	2156599
Допоміжні та інші машини	1220755	122653,7	10,05%	1220755
Інші основні засоби	244100	182352,6	74,70%	61748
Будівництво в процесі	3181445	0	0,00%	3181445
Всього	39002153	2653529	x	38819800

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Як ми бачимо, у 2017р. залишкова вартість дорівнює первісній майже на всіх видах, окрім інших основних засобів, тому що у 2017р. було проведено переоцінку основних засобів за рахунок чого амортизація була виключена з залишкової вартості на кінець періоду.

Найбільш великий ступінь зносу у відсотковому порівнянні мають інші основні засоби – 74,70%, це говорить про те що підприємство може використовувати кумулятивний метод нарахування амортизації або метод прискореного зменшення залишкової вартості, що приведе до зниження суми нарахованої амортизації у наступних роках (можна побачити у таблиці №2.4), найменший – будинки та споруди, які мають 2,43% спрацювання, як ми знаємо, що найчастіше для амортизації будинків використовують прямолінійний метод, який залежить від кількості років корисного використання (для будинків – 15-55 років), що дає нам такий маленький у порівнянні відсоток.

Що стосується 2018 та 2019 років, ситуація не дуже відрізняється від 2017 року, так само у 2018 найбільший ступінь спрацювання мають інші основні засоби – 72%, а у 2019 – 76,79%, це може означати те що підприємство МХП

включає до інших основних засобів засоби, які мають невеличкий термін корисного використання (у середньому 3-10 років) що дає таку велику частку зносу.

Найменшу частку спрацювання у 2018 р. мають знов будинки та споруди, а у 2019 р. комунальна інфраструктура, яка зменшила знос з 5,5% до 1,55%, що пов'язано з модернізацією та капітальним ремонтом, на момент котрих амортизація не нараховується.

Після цього, розглянемо показники ефективності використання основних засобів.

Таблиця 2.5

**Показники ефективності використання основних засобів на
ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2017-2019 рр.**

Показники	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	36143593	42977945	48697477	6834352	5719532	18,91	13,31
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	5736683	3546982	5099236	-2189701	1552254	-38,17	43,76
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	37419514	41864640	45713904	4445127	3849264	11,88	9,19
Середньооблікова чисельність персоналу основної діяльності, осіб	27589	28500	31427	911	2927	3,30	10,27
Віддача основних засобів, дол	0,966	1,027	1,065	0,061	0,039	6,28	3,77
Рентабельність основних засобів, %	0,153	0,085	0,112	-0,069	0,027	-	-
Місткість основних засобів, грн.	1,035	0,974	0,939	-0,061	-0,035	-5,91	-3,63
Озброєність основних засобів, тис. грн.	1356	1469	1455	113	-14	8,30	-0,98
Коефіцієнт введення	0,121	0,155	0,270	0,034	0,114	0,28	0,74
Коефіцієнт вибуття	0,043	0,007	0,005	-0,037	-0,001	-0,85	-0,17
Коефіцієнт приросту	0,081	0,150	0,266	0,069	0,116	0,85	0,77
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,995	0,917	0,931	-0,078	0,014	-0,08	0,02
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,005	0,083	0,069	0,078	-0,014	16,78	-0,17

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Чистий дохід на підприємстві за досліджуваний період зріс з 1287752 тис. дол до 2055943 тис. дол, чистий прибуток у 2018 році зменшився з 204391 тис. дол до 128104 тис. дол, але на наступний рік він збільшився до 215283 тис. грн. Середньорічна вартість основних засобів зростає з 1333211,5 тис. дол до 1929980,5 тис. грн. Середньооблікова чисельність персоналу збільшилася з 27589 осіб до 31427 осіб.

Віддача основних засобів характеризує ефективність використання засобів праці, тобто показує, скільки виробляється готової продукції на одиницю основних засобів. Показник за досліджуваний період збільшився з 0,966 доларів до 1,065 доларів на кожен використаний долар основних засобів. Місткість є оберненим показником віддачі, за досліджуваний період зменшився з 1,035 доларів до 0,939 доларів за рахунок збільшення чистого доходу.

Рентабельність основних засобів характеризує скільки чистого прибутку було отримано з основних засобів, цей показник зменшився на 2018 рік зменшився з 0,153 доларів до 0,085 доларів (за рахунок скорочення чистого прибутку) а на 2019 рік збільшився до 0,112 доларів.

Озброєність основних засобів характеризує оснащеність праці основними засобами, тобто скільки основних засобів припадає на одного працівника. Показник за досліджуваний період збільшився з 48,324 до 61,412 тис. дол/особу.

Коефіцієнт введення збільшився з 0,121 до 0,155 і свідчить про те, що підприємство поступово оновлює основні засоби. Коефіцієнт вибуття зменшився з 0,043 до 0,005 і говорить про те, що кількість застарілих та зношених основних засобів зменшується. Коефіцієнт приросту основних засобів зріс з 0,081 до 0,266. Коефіцієнт придатності основних засобів з 2017 року на 2018 рік зменшився з 0,995 до 0,917 і свідчить про те, що у підприємства зменшилася кількість основних засобів яка придатна для експлуатації, на 2019 рік він збільшився до 0,931. Підприємство має незначний коефіцієнт зносу основних засобів, на 2019 рік він складає 0,069 і говорить про те, що підприємство має нове обладнання та вчасно оновлює старе.

Тепер розглянемо у діаграмі динаміку основних засобів за 2017 – 2019 роки, (млн. грн.) рис. 2.1:

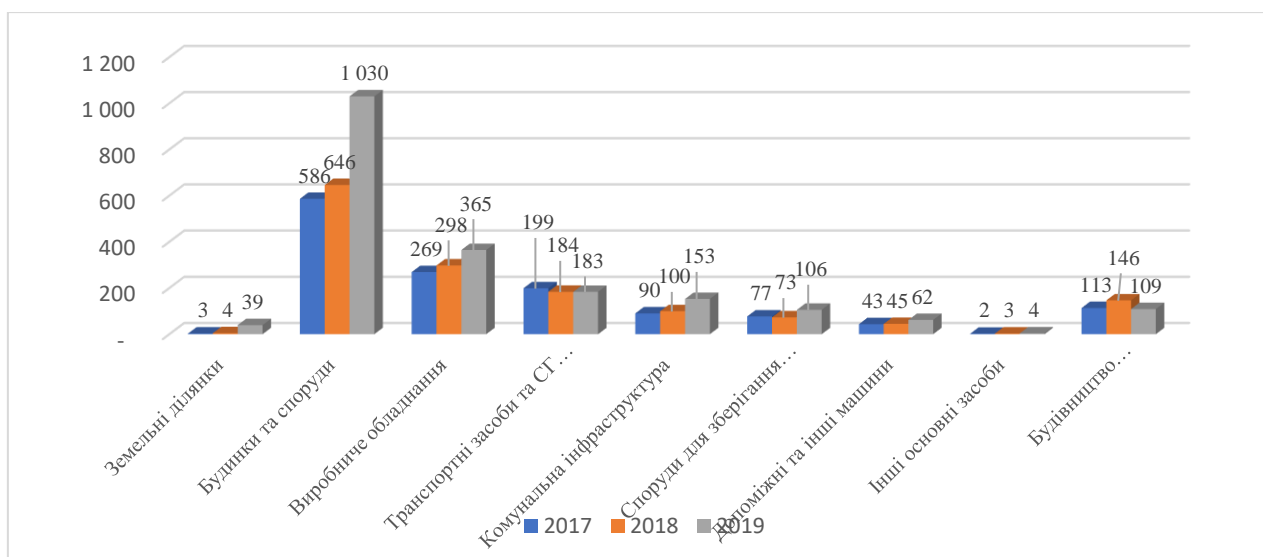


Рис. 2.1 Динаміка основних засобів 2017 – 2019 рр.

На рисунку №2.1 ми можемо наглядно побачити, які були зміни протягом 3-х років і на якому етапі було найбільше зростання. Найбільше зростання відбулось з 2018 по 2019 роки у підрозділі будинки та споруди, зростання яких склало майже 60%, а саме 384 млн. грн., що говорить про те що підприємство у 2019 році мало потребу у купівлі або у комплексній модернізації будинків та споруд.

Що стосується інших позицій там ми бачимо досить стабільний рівень зросту, окрім будівництва в процесі, яке мало зменшення у 2019 р. на 37 млн. грн. у порівнянні з 2018 роком.

Далі зробимо аналіз динаміки.

Таблиця 2.6

Динаміка активів

ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Види активів	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Необоротні активи:	41529829	45242322	59425218	3712493	14182895	10,43%	53,54%

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4	5	6	7	8
Основні засоби	38819800	41491748	48540082	2671948	7048334	8,35%	36,75%
Право використання активом	0	0	5429919	0	5429919	0,00%	100,00%
Нематеріальні активи	1369932	1441425	2523101	71493	1081676	6,66%	104,62%
Гудвіл	0	69470	1535884	69470	1466414	0,00%	2484,42%
Необоротні біологічні активи	572711	647685	702343	74973	54658	14,64%	26,76%
Довгострокові банківські депозити	70842	93780	78117	22939	-15663	34,19%	-2,63%
Відкладені податкові активи	0	0	54099	0	54099	0,00%	100,00%
Інші необоротні активи	696544	1498214	561671	801670	-936543	118,04%	-56,18%
Оборотні активи:	22503046	28703851	27988585	6200805	-715266	29,30%	13,98%
Запаси	6353516	7573359	4935944	1219843	-2637416	20,83%	-23,81%
Біологічні активи	3958261	4964235	4873365	1005974	-90871	27,13%	14,76%
Продукція сільського господарства	5147721	6224025	5111861	1076304	-1112164	22,56%	-3,99%
Інші оборотні активи	710858	909782	1245255	198924	335472	29,74%	60,00%
Податки, що підлягають відшкодуванню та передоплаті	1060014	1250016	711297	190002	-538719	19,54%	-33,48%
Дебіторська заборгованість	1748727	1918938	2948316	170211	1029378	11,24%	79,60%
Грошові кошти та їх еквіваленти	3523949	5863496	8070717	2339547	2207221	68,67%	60,90%
Активи, класифіковані як утримувані для продажу	0	0	91831	0	91831	0,00%	100,00%
Усього	64032875	73946174	87413803	9913299	13467629	17,06%	38,19%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Отже, беручі загальні суми, можемо побачити, що активи росли дуже великими порціями, особливо у період з 2018 по 2019 роки загальне зростання було на 1 019 830 тис. грн., а саме на 38,19%.

Необоротні активи у 2018 р. зросли на 10,43%, а у 2019 р. в порівнянні з 2018 р. зросли на 53,54% що є дуже різким зростанням для підприємства такого рівня. Більшу частку цього зростання займають основні засоби -550768 тис. грн., далі, підприємство у 2019 р. отримало права на користування активом, сума котрих склала – 229244 тис. грн. Нематеріальні активи у 2019 р. мали дуже великий зріст на 104,62%. Також у 2018 р. в балансі підприємства з'явився рядок з назвою Гудвіл, що склав 2509 тис. грн., а у 2019 р. зріс до 64843 тис. грн., на 2484,42%, що говорить про те що підприємство по оцінці своєї діяльності збільшує свою якість, тобто збільшую різницю між ціною покупки компанію та вартістю її власного капіталу, простими словами націнку при купівлі підприємства. Що стосується інших необоротних активів, ми бачимо що у 2018 р. у порівнянні з 2017 . було збільшення на 118,04%, а у 2019р. у порівнянні з 2018 р. було зменшення на 56,18%, що говорить про втрату необхідності у цих активах та подальшого їх продажу.

Оборотні активи мають інакшу картину, загальна сума у 2018 р. зросла на 29,30%, а у 2019 р. лише на 13,98%, що є позитивною тенденцією для підприємства, тому що, я ми знаємо різкий зріст оборотних активів можуть бути результатом неефективної політики, тобто затоварення складу або вибір дорогих джерел фінансування. Про те що ці проблеми відсутні на підприємстві свідчить зменшення кількості запасів у 2019 р. на 23,81%, а також збільшення грошових коштів з 2017 по 2019 рік на 215 млн. грн. це майже 170% і це збільшення свідчить об укріпленні фінансового стану компанії.

Після проведення динаміки активів, зробимо аналіз їх структури.

Таблиця 2.7

Структура активів

ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Види активів	2017		2018		2019	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %
1	2	3	4	5	6	7
Необоротні активи:	41529829	64,86%	45242322	61,18%	59425218	67,98%

1	2	3	4	5	6	7
Основні засоби	38819800	93,47%	41491748	91,71%	48540082	81,68%
Право використання активом	0	0,00%	0	0,00%	5429919	9,14%
Нематеріальні активи	1369932	3,30%	1441425	3,19%	2523101	4,25%
Гудвіл	0	0,00%	69470	0,15%	1535884	2,58%
Необоротні біологічні активи	572711	1,38%	647685	1,43%	702343	1,18%
Довгострокові банківські депозити	70842	0,17%	93780	0,21%	78117	0,13%
Відкладені податкові активи	0	0,00%	0	0,00%	54099	0,09%
Інші необоротні активи	696544	1,68%	1498214	3,31%	561671	0,95%
Оборотні активи:	22503046	35,14%	28703851	38,82%	27988585	32,02%
Запаси	6353516	28,23%	7573359	26,38%	4935944	17,64%
Біологічні активи	3958261	17,59%	4964235	17,29%	4873365	17,41%
Продукція сільського господарства	5147721	22,88%	6224025	21,68%	5111861	18,26%
Інші оборотні активи	710858	3,16%	909782	3,17%	1245255	4,45%
Податки, що підлягають відшкодуванню та передоплаті	1060014	4,71%	1250016	4,35%	711297	2,54%
Дебіторська заборгованість	1748727	7,77%	1918938	6,69%	2948316	10,53%
Грошові кошти та їх еквіваленти	3523949	15,66%	5863496	20,43%	8070717	28,84%
Активи, класифіковані як утримувані для продажу	0	0,00%	0	0,00%	91831	0,33%
Усього	64032875	100,00%	73946174	100,00%	87413803	100,00%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Для більш наглядного аналізу подивимось діаграми структури активів, які зображені на рисунках №2.2 та №2.3:

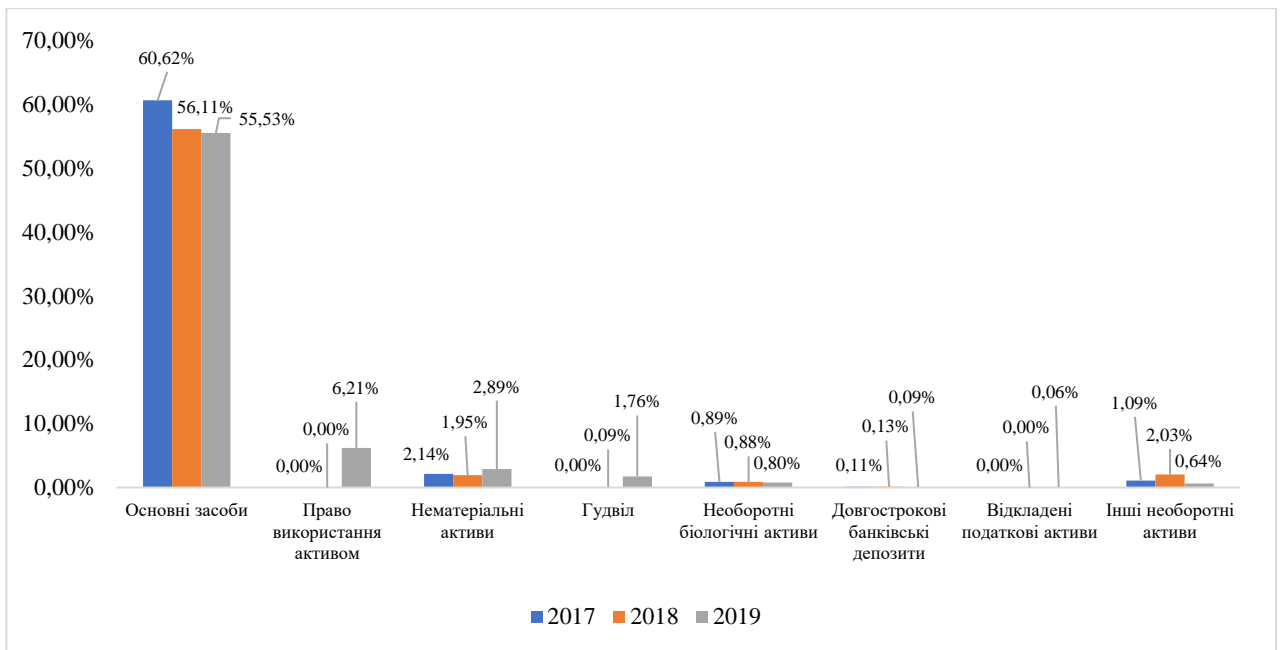


Рис. 2.2 Динаміка необоротних активів по групах 2017 – 2019 рр.

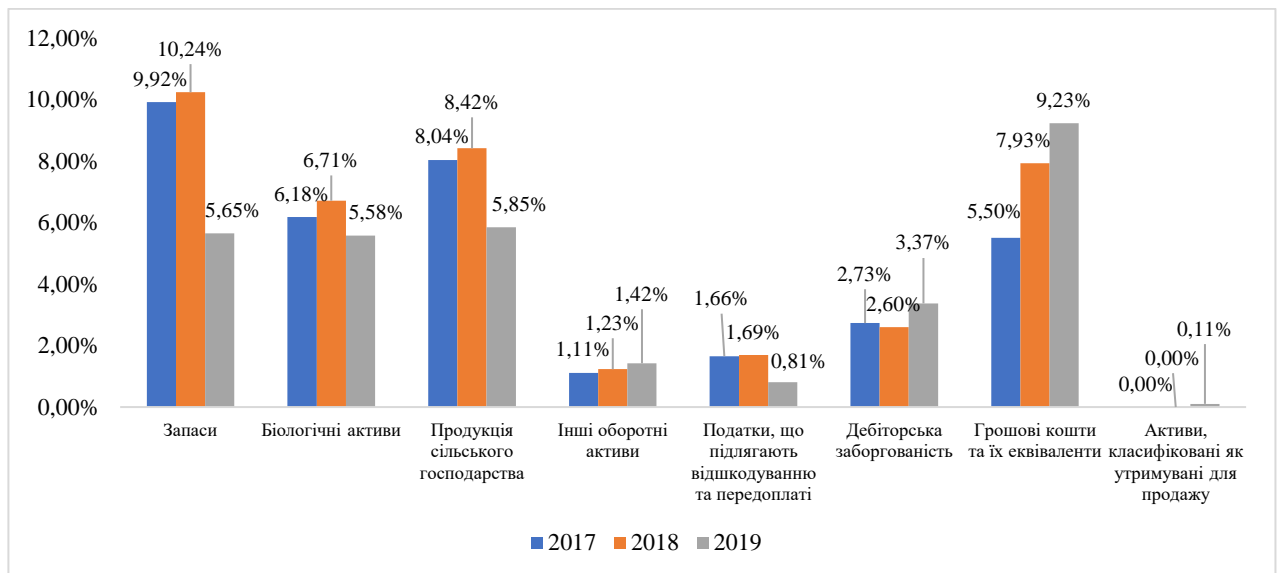


Рис. 2.3 Динаміка оборотних активів по групах 2017 – 2019 рр.

Дивлячись на таблицю №2.7 можемо побачити що в усіх роках більшу частку активів становили необоротні активи. Найбільшу долю необоротних активів складають основні засоби, що говорить нам про орієнтування підприємства на закупівлі обладнання та будівель. Протягом періоду, котрий закінчився 31 грудня 2019 р. ми бачимо, у відсотковому відношенні, зменшення частки основних засобів, що пов'язано з купівлею прав використання активами (9,14%) та появою гудвілу (2,58%).

Оборотні активи в період з 2017 по 2019 рік покращили свій стан. Грошові кошти поповнили свій відсоток в структурі активів з 5,5% до 9,23%, а в цю чергу засоби зменшилися і це все є позитивною тенденцією розвитку діяльності.

Таблиця 2.8

**Показники стану і ефективності використання оборотних активів
ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.**

Показники	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	36143593	42977945	48697477	6834352	5719532	19%	13%
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	5736683	3546982	5099236	-2189701	1552254	-38%	44%
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	22779115	25451556	26271774	2672441	820218	12%	3%
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	1,587	1,689	1,854	0,102	0,165	6%	10%
Тривалість обороту оборотних активів, днів	226,886	213,192	194,216	-13,694	-18,98	-6%	-9%
Рентабельність оборотних активів, %	25%	14%	19%	-11%	5%	-45%	39%
Коефіцієнт завантаження, грн.	0,630	0,592	0,539	-0,038	-0,053	-6%	-9%
Коефіцієнт реальної вартості оборотних активів у майні підприємства	0,351	0,388	0,320	0,037	-0,068	10%	-18%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Коефіцієнт оборотності оборотних активів показує нам співвідношення виручки (чистий дохід) і середньорічної вартості оборотних активів, тобто значення цього показника говорить про кількість оборотів, які зробили оборотні активи. У випадку підприємства МХП у 2017 р. коефіцієнт склав 1.587, у 2018 р. він дорівнював 1.689, а у 2019 р. виріс до 1.854. Ця позитивна тенденція зростання говорить про те, що кількість проданих товарів за період з 2017 р. по 2019 р. на кожну гривню використаних активів зростає, а необхідність збільшувати потреби в фінансових ресурсів зменшується.

Що до показника тривалості обороту оборотних активів то він показує майже теж саме, що і коефіцієнт оборотності оборотних активів, а саме кількість днів що потребує один оборот. У нашому випадку кількість днів зменшувалась з кожним роком, у 2018 р. на 6%, а у 2019 р. на 9%. Це показує підвищення ефективності діяльності підприємства.

Далі, при розрахунку показника рентабельності оборотних активів було помічено, що у 2017 р. цей показник склав 25%, на момент 2018 р. він зменшився на 11 відсоткових пункти, а у 2019 р. зріс на 5, за рахунок чого ефективність використання оборотних активів підвищилась.

Коефіцієнт завантаження – це зворотній показник коефіцієнту оборотності оборотних активів, який характеризує величину оборотних активів на 1 долар реалізованої продукції. У нашому випадку коефіцієнт з кожним роком падав, що показує нам покращення використання оборотних активів.

2.3. Аналіз фінансового стану підприємства

Перше, що потрібно аналізувати у фінансовому стані – це фінансові результати.

Таблиця 2.9

Фінансові результати

ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Показники	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	36143593	42977945	48697477	6834352	5719532	19%	13%
Чиста зміна справедливої вартості біологічних активів і сільськогосподарської продукції	589439	888628	-935960	299189	-1824588	51%	-205%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-25620975	-32193934	-38338389	6572959	6144455	-26%	-19%
Валовий прибуток	11112057	11672640	9423128	560583	-2249511	5%	-19%

1	2	3	4	5	6	7	8
Адміністративні витрати та витрати на збут	-2224017	-2757118	-4243525	533101	1486407	-24%	-54%
Інші операційні витрати/дохід	-109799	-160675	72740	-50876	-233416	46%	145%
Державні гранти	1476475	0	0	- 1476475	0	-100%	0%
Знецінення основних засобів	-101238	-105299	-147897	-4060	-42598	4%	40%
Операційний прибуток	10153478	8649548	5104447	- 1503930	- 3545101	-15%	-41%
Інші фінансові доходи	97449	123407	190295	25957	66888	27%	54%
Валютний прибуток/збиток	-999613	322236	4388840	1321850	4066603	-132%	1262%
Фінансові витрати	-3042456	-3821511	-3494946	779055	-326565	-26%	9%
Інші витрати	-226699	-292416	-191006	65717	-101411	-29%	35%
Фінансовий прибуток результат до оподаткування:	5982159	4981264	5997630	- 1000895	1016366	-17%	20%
Податок на прибуток: витрати/вигода	480454	-1399007	-760493	- 1879461	638514	-391%	-46%
Прибуток за рік від діяльності що триває	6462613	3582257	5237137	2880356	1654880	45%	46%
Збиток за рік від припиненої діяльності	-725930	-35275	-137901	690655	-102626	-95%	291%
Чистий прибуток	5736683	3546982	5099236	- 2189701	1552254	-38%	44%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

На таблиці №2.9 ми бачимо фінансові результати підприємства ПрАТ «МХП» за період 2017-2019 рр. Треба підмітити те, що фінансова звітність цього підприємства складалась за міжнародними стандартами фінансової звітності, тому вона може відрізнятися від національних стандартів (ПСБО).

Отже, почнемо з чистого доходу підприємства, яке в період з 2017 по 2018 р. зросло на 21%, а з 2018 по 2019 р. на 32%, що характеризує зростання імпорту та експорту упродовж двох років, збільшення ринків збуту та обсягів виробництва, що, також, показує нам зростання собівартості продукції, але не у рівномірному обсязі. Валовий прибуток у 2017 р. склав 395909 тис. грн., у 2018 р. – 421573 тис. грн., а у 2019 р. – 397832 тис. грн. На це вплинуло те що чиста зміна справедливої вартості біологічних активів і сільськогосподарської продукції в період з 2018-2019 рр. зменшилась на 71609 тис. грн., тобто на 223%.

Чистий прибуток у 2018 р. зменшився на 37%, а у 2019 р. зріс на 68%, на цю зміну вплинуло колосальне зростання валютного прибутку, який у 2018 р. складав 11638 тис. грн. а вже у 2019 р. збільшився на 1492%

Таблиця 2.10

Показники рентабельності
ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Показники	2017	2018	2019	Відхилення	
				абсолютне, тис. грн.	
				2018 до 2017	2019 до 2018
Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування, %	9,79%	7,27%	7,96%	-2,52%	0,69%
Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком, %	9,39%	5,18%	6,77%	-4,21%	1,59%
Рентабельність власного капіталу, %	24,35%	12,30%	15,98%	-12,05%	3,69%
Рентабельність основних засобів, %	15,33%	8,47%	11,15%	-6,86%	2,68%
Рентабельність оборотних активів, %	25,18%	13,94%	19,41%	-11,25%	5,47%
Рентабельність продукції за валовим прибутком, %	39,76%	33,24%	22,13%	-6,52%	-11,11%
Чиста рентабельність продажу, %	15,87%	8,25%	10,47%	-7,62%	2,22%
Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації	16,55%	11,59%	12,32%	-4,96%	0,73%
Коефіцієнт реінвестування	101,10%	88,27%	50,07%	-13%	-38%
Період окупності власного капіталу, роки	4,11	8,13	6,26	403%	-188%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Зробивши аналіз показників рентабельності ми можемо зробити висновки для кожного виду окремо:

- рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування – у 2019 році склала 7,96%, у 2017 році – 9,79%, відбулося зменшення показника за рахунок збільшення різкого середньорічної вартості активів;

- рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком – цей показник ілюструє нам ефективність використання активів компанії для генерації прибутку. Загалом високе значення цього показника говорить про високоефективну діяльність підприємства. Але в нашому випадку важно сказати

про дуже хорошу роботу підприємства важно, оскільки на один долар використаних активів у 2019 році було отримано 0,0677 (6,77%) грн. чистого прибутку, коли у 2017 році це було 1 до 0,0939 (9,39%), що говорить про низьку ефективність діяльності;

- рентабельність власного капіталу – показник, який демонструє наскільки ефективно використовується власний капітал. Цей показник є дуже важливим для власників, адже від дозволяє побачити які дивіденди вони можуть отримати та чи зростуть вартість їх акцій. У 2017 р. цей показник складав – 24,35%, а вже у 2019 р. всього 15,98%, що говорить нам про зменшення суми чистого прибутку та зростання власного капіталу, що є не дуже добре, оскільки можливість генерувати прибуток власникам стає все складніше;

- рентабельність основних засобів – цей показник є індикатором ефективності виробничого процесу в компанії, як і попередні показники, чим більше він тим краще, тому що компанії це буде вказувати на високоефективне використання основних засобів. У 2017 р. цей показник складав 15,33%, а у 2019 р. склав 11,15%. Як ми знаємо, підприємство «МХП» мають дуже багато основних засобів та кожного року збільшує їх кількість, але разом з цим відбулося зниження чистого прибутку, за рахунок чого показник рентабельності основних засобів зменшився;

- рентабельність оборотних активів - демонструє можливості підприємства в забезпеченні обсягу річного прибутку по відношенню до середньорічної суми обігових коштів компанії. Чим вище значення цього показника, тим більше ефективно використовуються обігові кошти. В нашому випадку цей показник, як і усі попередні, був більшим, а став меншим, а саме у 2017 році він складав – 25,18%, що досить непогано, враховуючи ситуацію з чистим прибутком, а у 2019 році склав – 19,41%;

- рентабельність продукції за валовим прибутком – з цим показником ситуація інакша, якщо всі попередні показники рентабельності у 2018 р. зменшувались, а у 2019 р. на трохи збільшувались, то у цьому випадку спад був протягом усіх трьох років. Все це пов'язано з тим що валовий прибуток

підприємства протягом трьох років становив майже одне значення, а чистий прибуток у 2018 році був найменшим з трьох років, за рахунок більших операційних, фінансових та податкових витрат;

- коефіцієнт реінвестування – цей показник рентабельності, котрий допомагає оцінити поточну політику розподілу прибутку компанії. Високе значення означає, що значна частина прибутку реінвестована у компанію. У нашому випадку у 2017 р. коефіцієнт склав більше бажаного значення (100%), а саме – 101,1%, це означає те, що отриманий чистий прибуток є не єдиним фактором, який призвів до зростання резервного капіталу і фонду нерозподіленого прибутку підприємства;

- період окупності власного капіталу – дуже важливий коефіцієнт для власників підприємства. Його значення відображає період, протягом якого їх капітал окупиться. Означає це те, що використання власного капіталу генерує чистий прибуток, якій дорівнює його сумі. І звісно, чим нижче цей показник тим краще для власників підприємства. У 2017 р. цей показник склав 4,11 роки, у 2018 р. 8,13 років, а у 2019 р. він зменшився на 1,87 роки та склав 6,26 років.

Отже, зробивши висновки, можна сказати, що на підприємстві є проблема пов'язана з дуже низьким рівнем чистого прибутку в порівнянні з сумою активів, власного капіталу та чистого доходу, що не дає змогу сказати що підприємство працює ефективно.

Далі зробимо розрахунок показників ліквідності.

Таблиця 2.11

Показники ліквідності

ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Показники	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	5,26	3,25	3,03	-2,01	-0,22	-38%	-7%
Коефіцієнт ліквідності швидкої	3,78	2,39	2,49	-1,39	0,10	-37%	4%

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	0,82	0,66	0,87	-0,16	0,21	-20%	32%
Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	0,69	0,96	1,18	0,27	0,23	38%	24%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

У короткостроковій перспективі критерієм оцінки фінансового стану підприємства виступає його ліквідність. Термін «ліквідний» передбачає безперешкодне перетворення майна в засіб платежу. Чим менше час, необхідний для перетворення окремого виду активів, тим вище його ліквідність. Таким чином, ліквідність підприємства - це його здатність перетворити свої активи в грошові кошти платежу для погашення короткострокових зобов'язань.

Зробивши аналіз показників ліквідності ми можемо побачити таку картину:

- коефіцієнт поточної ліквідності (покриття) – цей показник показує співвідношення оборотних активів і поточних зобов'язань. Нормативне значення Нормативним є значення в рамках 1-3, однак більш бажаним є значення 2-3. Показник нижче нормативного свідчить про проблемний стан платоспроможності, адже оборотних активів недостатньо для того, щоб відповісти за поточними зобов'язаннями. Це веде до зниження довіри до компанії з боку кредиторів, постачальників, інвесторів і партнерів. Крім цього, проблеми з платоспроможністю ведуть до збільшення вартості позикових коштів і, як результат, до прямих фінансових втрат. Але не у нашому випадку. У 2017 р. цей показник становив набагато більше ніж нормативне бажане значення – 5,26, в інших роках цей показник зменшувався, але це не дуже погіршило ситуацію в компанії так, як у 2018 р. він складав 3,25, а у 2019 р. склав вже 3,03, що говорить нам про деяку «стагнацію», але все ж показник перевищує бажане значення 2-3;

- коефіцієнт ліквідності швидкої - індикатор короткострокової ліквідності компанії, який вимірює здатність компанії вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання з допомогою високоліквідних активів. Оптимальне

значення показника залежить від сфери діяльності та особливостей фірми. Норматив показника знаходиться в межах 0,5-1 і вище. Таке значення вказує на те, що в компанії досить ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями. В нашій ситуації цей показник у 2017 р. становив 3,78, у 2018 р. 2,39, а у 2019 р. склав 2,49. Це пов'язано з дуже великим рівнем активів за виключенням запасів;

- коефіцієнт ліквідності абсолютної - співвідношення найбільш ліквідної частини активів і поточних (короткострокових) зобов'язань. Нормативним вважається значення від 0,1 до 0,2. Більш низький показник вказує на те, що компанія не зможе вчасно погасити борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром. У нашому випадку цей показник перевищує нормативне значення у рази. У 2017 році він склав 0,82, у 2018 р. він був 0,66, а вже у 2019 році він склав 0,87. Це пов'язано з дуже великим рівнем грошових коштів та їх еквівалентів;

- співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості - цей показник характеризує якість політики комерційного кредитування компанії. Показник враховує вплив кредиторської та дебіторської заборгованості на ліквідність і платоспроможність. Зазвичай оптимальним значенням показника є значення, яке приблизно дорівнює одиниці. У такому випадку компанія може кредитувати своїх покупців за рахунок постачальників. Найкращий рівень показника був у 2017 році, коли цей показник дорівнював 0,69, близьким до норми показник був у 2018 році, коли він був 0,96, але у 2019 році він склав 1,18, що говорить про перевагу поточної кредиторської заборгованості над дебіторською.

Проаналізуємо показники фінансової активності компанії ПрАТ «Мироніський хлібопродукт».

Фінансова стійкість

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Показники	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
Власні обігові кошти (робочий, функціонуючий капітал)	-13863793	-15298256	-21946685	-1434463	-6648429	10%	43%
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	-0,616	-0,533	-0,784	0,083	-0,251	13%	-47%
Коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу	-0,501	-0,511	-0,586	-0,010	-0,075	-2%	-15%
Маневреність власних обігових коштів	-0,254	-0,383	-0,368	-0,129	0,016	-51%	4%
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	-2,182	-2,020	-4,446	0,162	-2,426	7%	-120%
Коефіцієнт покриття запасів	-1,509	-0,853	-2,574	0,656	-1,721	43%	-202%
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,433	0,405	0,429	-0,028	0,024	6%	-6%
Коефіцієнт фінансової залежності	2,311	2,469	2,332	0,158	-0,137	-7%	6%
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,077	0,089	0,027	0,012	-0,062	-16%	69%
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	0,763	0,688	0,755	-0,075	0,068	10%	-10%
Показник фінансового левериджу	1,311	1,454	1,324	0,143	-0,130	-11%	9%
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,933	0,874	0,891	-0,059	0,016	6%	-2%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Отже, зробивши розрахунки показників фінансової стійкості підприємства ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» можемо зробити такі висновки:

Перше, власні обігові кошти - показник фінансової стійкості та ліквідності компанії, який являє собою суму грошових коштів, що залишилася після виключення зобов'язань фірми зі своїх оборотних активів. Іншими словами, це сума власних оборотних активів, яка доступна для щоденної операційної діяльності компанії. У нашому випадку ми маємо дуже низький, а точніше від'ємний показник власних обігових коштів. У 2017 році він становив -493950 тис. грн., у 2018 р. він дорівнював -552517 тис. грн., а у 2019 він склав -926560 тис. грн. Це говорить нам про нестачу коштів для забезпечення безперебійної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів. Це створює ризик втрати ліквідності і стійкості. За рахунок цього від'ємного значення такі коефіцієнти, як коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами, коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу, маневреність власних обігових коштів, коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів, коефіцієнт покриття запасів є від'ємними, виходячи з цього жоден з цих показників не відповідає своїм нормативним значенням.

Але так, як це не всі показники фінансової стійкості ситуація не здається такою згубною. Коефіцієнт фінансової незалежності, наприклад, – є одним з найважливіших показників фінансової стійкості, котрий показує, яку частину свої активів компанія здатна профінансувати за рахунок власних фінансових ресурсів. Нормативне значення показника знаходиться в межах 0,4 - 0,6. У нашому випадку ця норма виконується. У 2017 р. цей коефіцієнт склав 0,433, у 2018 р. трапилось невеличке зменшення на 0,028, але у 2019 році ця ситуація нормалізувалась з показником 0,429. Коефіцієнт фінансової залежності є зворотнім показником коефіцієнту фінансової незалежності, що вказує на те скільки фінансових ресурсів використовує компанія на 1 долар власного капіталу. Норма знаходиться в межах 1,67 – 2,5. У весь період з 2017 по 2019 роки цей показник був в межах норми з деякими незначними змінами. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу має такі значення: у 2017 р. він дорівнював 0,077, у 2018 р. він склав 0,089, а вже у 2019 р. 0,027 що є самим низьким значенням серед усіх, при тому що нормативне значення становить від

0,4 до 0,6 і як ми знаємо значення нижче ніж норма говорить про те що підприємство не використовує свій виробничий та фінансовий потенціал в повній мірі.

Коефіцієнт фінансової стабільності - це індикатор фінансової стійкості, який говорить про здатність компанії відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо- і довгостроковій перспективі. Нормативне значення становить від 0,67 до 1,5. У нашому випадку цей показник не відклоняється від норми, але він знаходиться у нижній межі, що говорить нам про те, що підприємство має потенційне зростання фінансових ризиків. Коефіцієнт фінансової стійкості дозволяє вказати, яка частина активів фінансується за рахунок довгострокових джерел фінансування – власного капіталу та довгострокових позикових фінансових ресурсів. Високе значення показника свідчить про низький рівень ризику втрати платоспроможності та хороші перспективи функціонування підприємства. Зокрема банкрутство у поточному році суб'єкту господарювання не загрожує. Нормативним є значення 0,7 – 0,9. У нашій ситуації значення цього показника дорівнює нормі лише у 2018 та у 2019 роках, а саме у 2018 – 0,874, а у 2019 – 0,891.

Далі зробимо аналіз показників ділової активності.

Таблиця 2.13

Ділова активність

ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Показники	2017	2018	2019	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2018 до 2017	2019 до 2018	2018 до 2017	2019 до 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Оборотність активів (обороту)	0,592	0,627	0,646	0,036	0,019	6%	3%
Період одного обороту обігових коштів (днів)	212,950	225,830	232,706	12,880	6,876	6%	3%
Коефіцієнт оборотності запасів (обороту)	4,413	4,652	6,717	0,239	2,065	5%	44%
Період одного обороту запасів (днів)	81,576	77,387	53,592	-4,189	-23,795	-5%	-31%

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (обороты)	22,757	23,588	21,219	0,831	-2,369	4%	-10%
Період погашення дебіторської заборгованості (днів)	15,819	15,262	16,966	-0,557	1,704	-4%	11%
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (оборотів)	20,357	21,223	15,146	0,866	-6,077	4%	-29%
Період погашення кредиторської заборгованості (днів)	17,684	16,963	23,769	-0,721	6,806	-4%	40%

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Проаналізувавши ділову активність компанії ми можемо помітити такі зміни як:

- оборотність активів протягом аналізованого періоду збільшувалась, у 2017 р. вона складала 0,592, у 2018 р. збільшилась на 6%, а у 2019 р. збільшилась ще на 3%, що говорить про покращення використання активів та за рахунок цього збільшення чистого доходу підприємства;

- коефіцієнт оборотності запасів - показник ділової активності, який вказує на ефективність управління запасами в компанії. Для компаній СГ направлення норма становить від 3 до 6. У нашому випадку цей показник був у 2017 р. – 4,413, у 2018 – 4,652, а у 2019 р. він перевищив норму – 6,717;

- коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості - показник ділової активності, який вказує на ефективність управління заборгованістю клієнтів і інших дебіторів. Значення коефіцієнта демонструє кількість оборотів дебіторської заборгованості, тобто скільки разів дебітори погасили свої зобов'язання перед компанією. Норма для СГ дорівнює 4,8, але дивлячись на таблицю 2.13 можна побачити, що цей показник перевищує значення у 20 оборотів.

- коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості - показник ділової активності, який вказує на кількість оборотів, які здійснила кредиторська заборгованість протягом року.

2.4. Обґрунтування необхідності бізнес-плану

Отже, зробивши аналіз основних техніко-економічних показників та показників фінансового стану ми можемо зробити такі висновки:

- підприємство має дуже високий рівень ефективності використання основних засобів, також підприємство кожного року поповнює їх кількість та займається їх оновленням, використовуючи більш нове та енергоємне обладнання;

- на підприємстві є проблема пов'язана з дуже низьким рівнем чистого прибутку в порівнянні з сумою активів, власного капіталу та чистого доходу, що не дає змогу сказати що підприємство працює ефективно.

- підприємство має дуже низький, а точніше від'ємний показник власних обігових коштів. У 2017 році він становив -493950 тис. грн., у 2018 р. він дорівнював -552517 тис. грн., а у 2019 він склав -926560 тис. грн. Це говорить нам про нестачу коштів для забезпечення безперебійної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів. Це створює ризик втрати ліквідності і стійкості.

Для більш наглядного аналізу можна використати систему SWOT-аналізу, для того щоб дати структурований опис, відносно якого потрібно бути прийняти рішення по питанню розробки напрямів створення бізнес-плану та розстановці пріоритетів:

Таблиця 2.14

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості (O)	<p>СіМ</p> <p>Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, ПАТ «Миронівський хлібопродукт», може вийти в нові сегменти ринку; обслуговувати додаткові групи споживачів; експортувати свою продукцію за межі країни у більшу кількість іноземних місць; маючи значні виробничі потужності ПАТ «Миронівський хлібопродукт» може розширити як асортимент продукції, так і її обсяги на підприємстві, також компанія може розвиватися в інших суміжних з СГ та продуктових сферах. Підприємство має дуже високий рівень екологічності продуктів.</p>	<p>СліМ</p> <p>ПАТ «Миронівський хлібопродукт» має імовірні можливості проникнення на нові сегменти ринку; обслуговування нових додаткових груп споживачів; розширення виробництва. Підприємство може мінімізувати конкурентні переваги, невдалі диверсифікації, «хвороби великої компанії» та впровадити ресурсозберігаючі технології, що значно вплине на формування витрат і дозволить підвищити прибутковість. Підприємство, маючи велику кількість клієнтів, не повинно відходити від своїх правил та принципів, для того щоб не втратити довіру своїх покупців.</p>
Загрози (T)	<p>СіЗ</p> <p>Маючи наявність стабільних споживачів продукції і постачальників сировини ПАТ «Миронівський хлібопродукт» може знешкодити загрозу інфляції. А завдяки диференціації виробництва, реалізації продукції під відомою маркою, підтримці та розвитку іміджу, сильним ринковим позиціям може протистояти змінам в потребах і смаках споживачів, зростанню тиску конкурентів. Підприємство має багато дочірніх компаній, при можливості втрати одного допоміжного підприємства приведе до розпаду усєї ланки, на що потрібно буде втратити багато часу.</p>	<p>СліЗ</p> <p>Підприємство має від’ємне значення власних обігових коштів та тенденцію їх ще більшого зменшення у рази, що в свою чергу створює ризик втрати ліквідності та стійкості. Також, за рахунок того що підприємство займається СГ її діяльність напряму залежить від погодних умов та клімату в країні. Підприємство дуже залежить від політичної ситуації та курсу валюти. Воно має дуже нестабільний рівень валютного доходу. Генеральний директор Юрій Косюк має дуже низький рівень довіри серед людей та клієнтів</p>

SWOT – аналіз діяльності підприємства ПАТ «Миронівський хлібопродукт»

Зробивши SWOT-аналіз можна зробити висновки до кожного його розділу.

Які є висновки стосовно кожного:

1. Сильні сторони – можливості (SO):

- підприємство використовуючи свої сильні сторони та ринкові позиції може з легкістю виходити на нові ринки з дуже високим рівнем конкурентоспроможності, за рахунок чого залучати нових клієнтів;
- збільшувати кількість ринків збуту у інших країнах світу та виходити на ринки нових країн, за рахунок чого збільшувати свій щорічний дохід від експорту;
- маючи значний рівень виробничих потужностей має змогу виготовляти більший асортимент продукту, що в свою чергу збільшить кількість клієнтів. Також це дозволить підприємству виходити на нові позиції та сфери діяльності в Україні;
- висока екологічність діяльності та як результат – екологічна продукція підвищує рівень довіри до підприємства.

2. Слабкі сторони – можливості (WO):

- підприємство має можливість впроваджувати більш ресурсозберігаючі технології для мінімізування витрат на виготовлення продукції та за рахунок цього підвищить свій рівень прибутковості;
- підприємство не повинно відклонятися від своїх принципів, для того щоб не втратити велику кількість клієнтів, які обрали саме продукцію «МХП» за її принципи та погляди;
- маючи велику кількість можливостей виходу на нові сегменти вони цього не роблять, за рахунок цього вони втрачають велику кількість нових клієнтів та великої кількості прибутку.

3. Сильні сторони – загрози (ST):

- за рахунок того, що велика кількість людей обрали саме продукцію від «МХП» за її смак та корисність, найменша зміна цих двох факторів приведе до відмови людей брати цю продукцію, що, в свою чергу, дасть можливість конкурентам встати на їх місце, та повернутися назад буде дуже важко;

- підприємство має велику кількість дочірніх компаній, які входять в холдинг «МХП», і кожне підприємство має свою виконавчу силу в процесі діяльності, за рахунок цього втрата одного з підприємств може призвести до тимчасового падіння ефективності та функціонування всього холдингу, за окремих підприємств, які не відносяться до виготовлення продукції.

4. Слабкі сторони – загрози (WT):

- на підприємстві протягом, як мінімум, 3-х років присутнє від'ємне значення власних обігових коштів та з кожним роком цей показник становиться все нижче і нижче, що в свою чергу може створити ризик втрати ліквідності, хоча вона дуже висока на підприємстві;

- само по собі, підприємство дуже залежно від політичної ситуації, яка впливає на валюту країни, за рахунок чого підприємство має занадто нестабільний рівень валютного доходу(збитку), що може призвести до різкого зменшення прибутковості підприємства;

- також, деяка частина виробництва підприємства залежить від умов землі та погодних умов, для того щоб цього уникнути треба страхувати свій врожай на дуже великі суми;

- не дивлячись на всі переваги та недоліки компанії, її голова, генеральний директор Юрій Косюк, як лице компанії, має дуже низький рівень довіри людей, що приводить до спаду репутації підприємства.

Зробивши SWOT-аналіз, аналіз основних техніко-економічних показників та показників фінансового стану можемо сказати що діяльність підприємства має дуже високий рівень ефективності, підприємство кожного року поповнює кількість основних засобів та активів, проводить переоцінку своїх активів, має дуже високий рівень ліквідності, у 2019 р. мала високий рівень валютного доходу підприємства за рахунок підвищення експорту. Отже, підприємство немає необхідності проводити зміни всередині підприємства, але вона повинна сконцентруватися на зовнішніх проблемах, які виникають кожного року.

Проаналізувавши загальну ситуацію в країні ми можемо побачити, що у нас кожного року збільшується кількість людей, які мають проблеми з зайвою

вагою, також люди починають не слідкувати за своїм харчуванням. І цю проблему потрібно вирішувати і сама компанія «МХП» в змозі її вирішити. Також підприємство витрачає дуже багато грошей на рекламу, це ми можемо побачити по тому, скільки реклами ми бачимо по телевізору, на біл-бордах та інших місцях. Ці дві проблеми можна вирішити однією дією, яка дозволить залучати більше споживачів, зробити собі саморекламу та зменшити витрати на неї – це створення нового проекту, нового продукту, як створення кафе корисного харчування від «МХП». Це дасть змогу вирішувати проблеми пов'язані з зайвою вагою та поганим харчуванням, що само собою буде залучати людей слідкувати за тим, що вони їдять.

А для реклами кафе ми будемо використовувати те, що було створено ще давно - МНР Channel. Це діджитал еко-система, яка включає, усі онлайн-канали комунікації: сторінки МХП та МХП СТАРТ в Facebook та Instagram, офіційний Youtube та Telegram-канали компанії

Висновки до розділу 2

Зробивши SWOT-аналіз, аналіз основних техніко-економічних показників та показників фінансового стану можемо сказати що діяльність підприємства має дуже високий рівень ефективності, підприємство кожного року поповнює кількість основних засобів та активів, проводить переоцінку своїх активів, має дуже високий рівень ліквідності, у 2019 р. мала високий рівень валютного доходу підприємства за рахунок підвищення експорту. Отже, підприємство немає необхідності проводити зміни всередині підприємства, але вона повинна сконцентруватися на зовнішніх проблемах, які виникають кожного року.

Проаналізувавши загальну ситуацію в країні ми можемо побачити, що у нас кожного року збільшується кількість людей, які мають проблеми з зайвою вагою, також люди починають не слідкувати за своїм харчуванням. І цю проблему потрібно вирішувати і сама компанія «МХП» в змозі її вирішити. Також підприємство витрачає дуже багато грошей на рекламу, це ми можемо

побачити по тому, скільки реклами ми бачимо по телевізору, на біл-бордах та інших містах.

Ці дві проблеми можна вирішити однією дією, яка дозволить залучати більше споживачів, зробити собі саморекламу та зменшити витрати на неї – це створення нового проекту, як створення кафе корисного харчування від «МХП». Це дасть змогу вирішувати проблеми пов'язані з зайвою вагою та поганим харчуванням, що само собою буде залучати людей слідкувати за тим, що вони їдять.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Розробка та обґрунтування бізнес-плану

Опис підприємства

Дослідження напрямів розвитку підприємства для створення бізнес-плану це дуже важка тема, для цього процесу треба зробити величезний об'єм роботи, котрий в свою чергу складається з багатьох аспектів діяльності та функціонування підприємства, як внутрішні так і зовнішні. Не торкаючись тих країн, в котрі компанія «МХП» здійснює експорт, ми поговоримо про Україну та положення компанії в ній.

МХП - приватне акціонерне товариство, яке спеціалізується на виробництві курятини і вирощуванні зернових, а також інші аграрні діяльності, такі як виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання. Ця компанія має величезний обсяг земельного банку України.

МХП - найбільший виробник (64% ринку) і експортер (86% обсягу експорту) курятини в Україні. Найбільший виробник м'яса (41% ринку України), комбікорми (25% ринку) України. У 2017 р МХП отримав 42% всіх бюджетних дотацій для аграрних підприємств України.

МХП об'єднує виробничі потужності всього технологічного ланцюга м'ясного виробництва - від вирощування та виробництва кормів, інкубаційних яєць, вирощування великої рогатої худоби та домашньої птиці до переробки і реалізації готової продукції. Також займається такими видами діяльності як вирощування комбікормів, кукурудзи, пшениці, соняшників, сої та інших круп.

Продукція МХП представлена в Україні і світі такими торговими марками: «Наша Ряба», «Бацинський», «Легко!», «Наша Ряба апетитна», Qualiko, Ukrainian Chicken і інші.

Вирощування зернових - один з найважливіших компонентів інтегрованої бізнес-моделі МХП. Зернові власного виробництва використовуються для виготовлення комбікормів для птиці та ВРХ. Виробництво сільськогосподарських культур дає можливість задовольнити 100% потреб і

підтримувати жорсткий контроль за біологічною безпекою і якістю. Експорт зернових приносить компанії додатковий дохід у формі валютної виручки.

Зробивши SWOT-аналіз, аналіз основних техніко-економічних показників та показників фінансового стану можемо сказати що діяльність підприємства має дуже високий рівень ефективності, підприємство кожного року поповнює кількість основних засобів та активів, проводить переоцінку своїх активів, має дуже високий рівень ліквідності, у 2019 р. мала високий рівень валютного доходу підприємства за рахунок підвищення експорту. Отже, підприємство немає необхідності проводити зміни всередині підприємства, але вона повинна сконцентруватися на зовнішніх проблемах, які виникають кожного року.

Аналіз ринку

Проаналізувавши загальну ситуацію в країні ми можемо побачити, що у нас кожного року збільшується кількість людей, які мають проблеми з зайвою вагою, також люди починають не слідкувати за своїм харчуванням. І цю проблему потрібно вирішувати і сама компанія «МХП» в змозі її вирішити. Також підприємство витрачає дуже багато грошей на рекламу, це ми можемо побачити по тому, скільки реклами ми бачимо по телевізору, на біл-бордах та інших містах. Ці дві проблеми можна вирішити однією дією, яка дозволить залучати більше споживачів, зробити собі саморекламу та зменшити витрати на неї – це створення нового проекту, нового продукту, як створення кафе корисного харчування від «МХП». Це дасть змогу вирішувати проблеми пов'язані з зайвою вагою та поганим харчуванням, що само собою буде залучати людей слідкувати за тим, що вони їдять.

Все частіше ми починаємо чути про таку проблему, як погане харчування, по причині якої люди отримують такі проблеми зі здоров'ям як: гастрит, виразка шлунку, ожиріння, яке в свою чергу приводить до супутніх проблем з серцем, суглобами, хребтом, нирками, печінкою і т.д., можна перераховувати ці проблеми поки не закінчаться органи в тілі людини.

З кожним роком українці стають важчими. Якщо уявимо, що в Україні живе 100 чоловік, то 58 з них мають зайву вагу і ще 25 страждають від ожиріння.

Це проблема не тільки нашої країни. Ожиріння набуло форму епідемії в усьому світі, підкреслюють у Всесвітній організації охорони здоров'я (ВООЗ). Сьогодні від надмірної ваги вмирають більше людей, ніж від голоду. Хвороби серця, інсульт, онкозахворювання - це одні з наслідків ожиріння.

Українці витрачають на їжу майже половину своїх доходів - 48%. Вважається, що це показник бідності. 58,4% українців старше 18 років мають зайву вагу, за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я на 2019 рік. Хоча в 1990 році таких було - 48,9%.

Подивимось детальніше на статистику людей, які мають проблеми з зайвою вагою на графіку:



Рис. 3.1 Статистика людей з зайвою вагою за 2019 р.

Для Європи це середнє значення. Для порівняння, у Великобританії зайву вагу мають 63,75% населення. В Іспанії - 61,6%, Чехії - 62,3%, Литві - 57,8%, Польщі - 58,3%, Естонії - 55,8%, Росії - 57,1%, Білорусі - 59,4%. У Кувейті таких 73%, а в США - 67,9%. У світових лідерах Науру - карликова держава в Тихому океані - 88,5%. Більше 80% населення мають зайву вагу в Палау, на Маршаллових островах.

При цьому, чоловіків з надмірною вагою в Європі стає більше, ніж жінок. В Україні така тенденція спостерігається з 2003 року. У нас чоловіків із зайвою вагою - 61,4%, а жінок - 55,5%.

Тому у мене і з'явилася така ідея зробити, свого роду, саморекламу, яка в свою чергу зможе вирішити цю проблему.

Також, зараз у наш час трохи по трохи починається розвиватися такий вид спорту як бодібілдинг та ЗСЖ (ЗОЖ). Люди, які займаються в цих напрямках зацікавлені у правильному харчуванні. Також, загалом, ці люди зобов'язані тратити дуже багато часу на її приготування, потрібно сходити в магазин, вибрати ті товари, які необхідні для приготування, а можливо те, що цих товарів не буде на полках магазину, тому прийдеться йти в інший, далі прийти до дому, після важкого тренування, почати готувати, також потрібно враховувати потребу кількість БЖУ – і так кожен день по 1-2 рази, в середньому це 3-4 години кожного дня, а ці люди, як і всі мають роботу, свої обов'язки, які теж потрібно виконувати. Тому мій бізнес-план полягає у створенні кафе, яке буде орієнтоване на корисне харчування, у якому буде меню з вже розрахованими БЖУ та ціни будуть більш ніж задовольняючими, так як сама компанія «МХП» виготовляє дуже багато продуктів, які використовують у приготуванні корисного харчування, такі як: м'ясо птиці, яловичина, молоко, яйця, пшеницю (булгур) та інші суміжні продукти, і вона зможе бути постачальником цих продуктів для свого кафе по собівартості, що зробить ціну на замовлення страв дуже низькою.

Так само, як перспектива розвитку цього підприємства може стати створення свого інтернет магазину готової їжі з розрахованими БЖУ, що буде дуже актуальним та популярним, для людей, які не мають змоги прийти до кафе, особливо в таких, на жаль, умовах, як карантин. Також, у такі часи це буде деяким, свого роду, рятувальним кругом для підприємства.

Виробничий план

Як ми знаємо підприємство «МХП» має дуже велику історію в Україні та за рахунок цього воно повинно підтримувати свій імідж. Це підприємство через себе, через людей котрі працюють в ньому та продукцію, яку вони виготовляють

транслює всім здоровий спосіб життя та вважають, що всі люди повинні бути щасливими, що треба вибирати таку дорогу в житті, яка приведе до щастя.

Підприємство, яке ми збираємось створити, буде концентроване на вирішення соціальних проблем, такі як погане харчування, зайва вага та поганий стан здоров'я, та як ми знаємо що секрет щасливого життя у тому щоб були здорові твої близькі та ти сам. Тобто самі ті проблеми з якими компанія МХП бориться протягом великого періоду перебування на ринку. Також, покращення відносин людей до головного підприємства. І воно буде, на початок, функціонувати як звичайне кафе, яке буди підтримуватись усіх цих принципів.

Для початку буде створене одне кафе, для того щоб перевірити, чи буде воно вирішувати задані проблеми та чи буде воно рентабельним, тому що підприємство не зможе розвиватися не отримуючи прибутку. Для того щоб дізнатися зможе воно виконувати свої функції треба профінансувати цей проект мінімум на пів роки, цього періоду буде достатньо.

Так як, підприємство є прибутковим, а коефіцієнт реінвестування у 2019р. склав 50,07% то це говорить про те що інвесторами цього проекту будуть виступати акціонери підприємства. Ще одна причина того щоб інвесторами були акціонери – це те що Юрій Косюк має низький рівень довіри і якщо ми хочемо щоб цей проект, разом зі всіма проблемами, вирішив питання рівня довіри, то потрібно щоб інвесторами були акціонери «МХП», зокрема і сам Юрій.

Далі ми сконцентруємося на створенні самого проекту. Тут вже безпосередньо іде розрахунок вартості проекту.

Для того щоб розрахувати кошторис проекту на весь період треба розрахувати кожний пункт затрат. Суди буде входити такі пункти як:

- матеріальні витрати (сировина);
- закупівля основних засобів;
- заробітна плата;
- оренда приміщення;
- комунальні послуги;
- загальна сума інвестицій.

Матеріальні витрати

Отже, почнемо з матеріальних витрат. Для початку потрібно зрозуміти, скільки у середньому приходять людей до кафе кожного дня, що вони замовляють та скільки на це потрібно сировини.

Зробимо розрахунок середньої чисельності людей, котра приходять до кафе. Для цього розрахунку використаємо допоміжні дані, які наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Допоміжні дані для розрахунку середньої кількості людей, які будуть приходити до кафе кожного дня

Стаття	Нормативне значення
Тривалість робочого дня з врахуванням часу на наповненість, хв (ТВРД)	630
Місце у кафе на 100 кв ²	70
Середня наповненість людей, %	65%
Середня наповненість людей, чол (СН)	46
Середня тривалість сніданку, хв	12
Середня тривалість обіду, хв	17,5
Середня тривалість вечері, хв	20
Середня тривалість приймання їжі, хв (СТП)	16,5

Джерело : власні розрахунки автора

Для розрахунку середньої кількості людей, які будуть приходити до кафе кожного дня використаємо таку формулу:

$$\text{СКЛ} = \frac{\text{ТВРД}}{\text{СТП}} * \text{СН} \quad (3.1)$$

де СКЛ – середня кількість людей, яка буде приходити до кафе кожного дня, чол;

ТВРД – тривалість робочого дня з врахуванням часу на наповненість, хв;

СН – середня наповненість людей, чол;

СТП – середня тривалість приймання їжі, хв.

$$\text{СКЛ} = \frac{630}{16,5} * 46 = 1737,27 = 1737 \text{ чол.}$$

Після того, як ми зробили розрахунок середньої кількості людей, які будуть приходити до кафе кожного дня треба зробити розрахунок необхідної кількості продуктів для приготування того меню, яке користується попитом в

кафе. Для початку розрахунку потрібно зробити калькуляцію кожного виду сировини, яка використовується у меню:

Таблиця 3.2

Калькуляція вартості використовуваних продуктів для приготування страв

Типи продуктів	Одиниця виміру	Вартість, грн
Яловичина	кг	46
Курка	кг	52
Кукурудза	кг	12
Булгур	кг	35
Яйця	шт	1,2
Молоко	л	8,7
Картопля	кг	8,25
Спеції	уп	15
Паста	кг	15
Рис	кг	27
Гречка	кг	17
Супутні продукти, середня ціна	кг	60

Джерело : розраховано автором, також за допомоги звітності підприємства

Зробивши калькуляцію треба зробити перелік найпопулярніших страв, які замовляють клієнти:

Таблиця 3.3

Розрахунок кількості страв, які замовляють

Меню кафе	Відсоток замовлення	Кількість замовлень
Мексиканська яєчня з кукурудзою	15%	261
Булгур з яловичиною	7%	122
Плов з булгуру	5%	86
Гречка з курятиною	15%	261
Рис з куркою	15%	261
Паста на молоці з куркою	7%	122
Яєшня з двох яєць з куркою, кукурудзою, скибочками картоплі	3%	52
Салат з курячим філе та кукурудзою	13%	225
Інші страви	20%	347

Джерело : власні розрахунки автора

Після проведення розрахунку кількості страв, які замовляють наступним кроком є розрахунок кількості продуктів, які будуть використовуватись для приготування такої кількості страв:

Розрахунок кількості продуктів на один день

Назва продукту	Одиниця виміру	Кількість використаних продуктів	Кількість продуктів враховуючи відходи від приготування та псування продуктів	Вартість продуктів
Яйця	шт	681	715	858,00
Кукурудза	кг	103,84	109,04	1308,44
Булгур	кг	45,44	47,72	1670,03
Яловичина	кг	45,44	47,72	2194,89
Спеції	уп	94,42	99,14	1487,10
Рис	кг	42,56	44,69	1206,63
Паста	кг	19,89	20,89	313,34
Молоко	л	66,32	69,63	605,80
Курка	кг	124,11	130,31	6776,35
Картопля	кг	5,65	5,94	48,97
Супутні продукти	кг	22,11	23,22	1393,10
Гречка	кг	42,56	44,69	759,73
Інші товари	шт	347	365	7300
Всього	х	х	х	25922,38

Джерело : власні розрахунки автора

Зробивши розрахунок, ми можемо побачити, що на кожен день функціонування, в середньому, потрібно 18622,38 гривень, а середня вартість продуктів за одну страву складає:

$$25922,38 / 1737 = 14,92 \text{ грн.}$$

Основні засоби

Наступним кроком буде закупівля обладнання. Для нашого кафе та для тих обсягів замовлень котрі ми збираємося готувати потрібні: великий холодильник, три електричні плити на шість конфорок, електрична духовка шафа, дві м'ясорубки, дві миючі ванни.

Для розрахунку вартості основних засобів зробимо таблицю:

Таблиця 3.5

Розрахунок вартості необхідного обладнання

Найменування	Вартість за одиницю, грн	Необхідна кількість, шт	Повна вартість, грн
1	2	3	4
Шафа холодильна DGD AF14PKMTN	47152	1	47152
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16435	3	49305
Шафа жарочна електрична трисекційна ШЖЭ 3 GN 1/1 СТАНДАРТ	24325	1	24325

Джерело : власні розрахунки автора

1	2	3	4
М'ясорубка MG8 Premium	6075	2	12150
Ванна мийна штампована без полиці 2-х секційна	7375	2	14750
Всього	x	x	147682

Джерело : власні розрахунки автора

Отже, зробивши розрахунок вартості необхідного обладнання, ми можемо побачити, що загальна вартість необхідних основних засобів становить 147682 гривні.

Витрати на установку:

- ванна мийна штампована без полиці 2-х секційна – 300 грн;
- шафа холодильна DGD AF14PKMTN – 550 грн;
- плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6 – 200 грн;
- шафа жарочна електрична трисекційна ШЖЭ 3 GN 1/1 СТАНДАРТ – 420 грн.

Також, для того щоб не повертатися до основних засобів зробимо розрахунок амортизаційних відрахувань. Також, ми пам'ятаємо, що первісна вартість наших основних засобів буде складати ОС + витрати на установку. Для розрахунку амортизації ми будемо використовувати прямолінійний метод нарахування.

Формула нарахування за прямолінійним методом:

$$A = \frac{ПВ - Л}{ПКВ} \quad (3.2)$$

де А – нарахована сума амортизація;

ПВ – первісна вартість;

Л – ліквідаційна вартість;

ПКВ – період корисного використання.

Розрахунок амортизаційних відрахувань

Найменування	Первісна вартість	Ліквідаційна вартість, 5%	Період корисного використання	Амортизація за рік	Амортизація за пів року
Шафа холодильна DGD AF14PKMTN	47702	2385,1	5	9063	4532
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16635	831,75	5	3161	1580
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16635	831,75	5	3161	1580
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16635	831,75	5	3161	1580
Шафа жарочна електрична трисекційна ШЖЭ 3 GN 1/1 СТАНДАРТ	24745	1237,25	5	4702	2351
М'ясорубка MG8 Premium	6075	303,75	5	1154	577
М'ясорубка MG8 Premium	6075	303,75	5	1154	577
Ванна мийна штампована без полиці 2-х секційна	7675	383,75	5	1458	729
Ванна мийна штампована без полиці 2-х секційна	7675	383,75	5	1458	729
Всього	149852	x	x	28472	14236

Джерело : власні розрахунки автора

Підсумком цього розрахунку є те, що за пів року роботи підприємства нарахування амортизаційних відрахувань буде складати – 14236 гривень.

Заробітна плата

Для цього розрахунку на знадобиться знати скільки у нас повинно бути персоналу та хто які посади дуже займати. Зробимо розрахунок у вигляді таблиці:

Розрахунок щомісячної заробітної плати

Посада	Кількість людей займаючих посаду	Заробітна плата, грн	Всього заробітної плати за посаду, грн	Єдиний соціальний внесок, грн	Всього витрат на ЗП, грн
1	2	3	4	5	6
Керуючий кафе	1	25000	25000	5500	30500
Керуючий за постачання продуктів	1	13000	13000	2860	15860
Адміністратор	1	12000	12000	2640	14640

Касир	1	10000	10000	2200	12200
Бармен	1	8000	8000	1760	9760
Шеф повар	1	22000	22000	4840	26840
Повар	4	14000	56000	12320	68320
Офіціант	5	8500	42500	9350	51850
Прибиральниця-посудомийниця	2	6500	13000	2860	15860
Всього	17	x	201500	44330	245830

Джерело : власні розрахунки автора

Отже, дивлячись на таблицю 3.6 можна побачити, що розмір загальної щомісячної заробітної плати складає – 245830 грн, у тому числі ЄСВ – 44330 грн.

Оренда приміщення

Цей пункт є одним з найважливіших. Для розрахування орендної плати я звернувся до інтернету для того щоб знайти більш підходяще місце для розташування кафе, рис. 3.1:

Аренда Кафе ул. Владимирская 20 в Киеве / W-6042175

Коммерческая недвижимость

[Показать на карте](#)

Цена: 161 000* грн. /месяц



€

6 000 \$ (1\$ = 26.85 грн.)

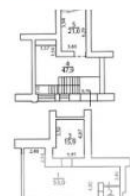
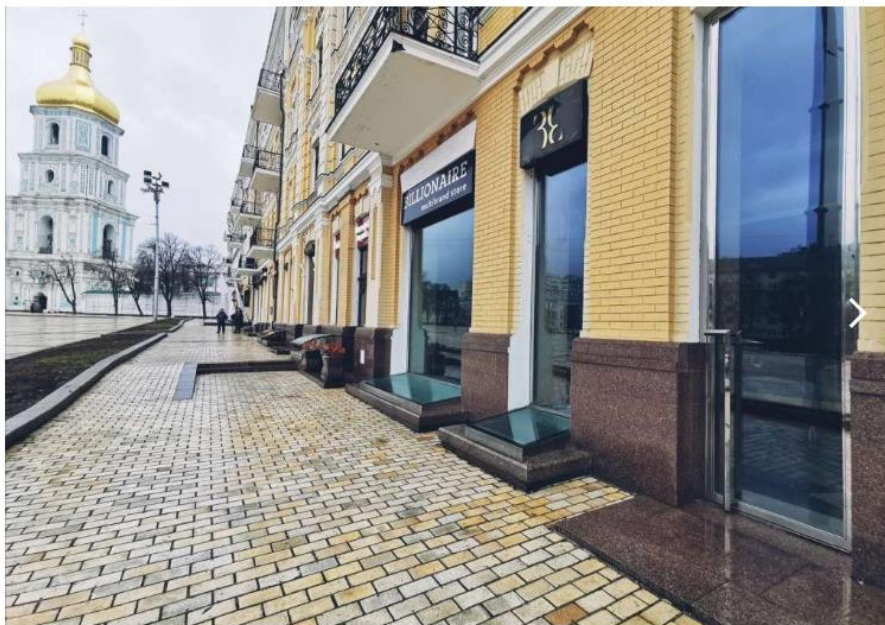


Рис. 3.2. Класифікація основних засобів підприємства.

Вартість оренди даного приміщення складає – 161000 гривень за місяць. Тобто вартість оренди цього приміщення за пів року буде складати:

$$161000 * 6 = 966000 \text{ гривень}$$

Комунальні послуги

Наступним кроком буде розрахування комунальних послуг. Основними витратами на комунальні послуги у кафе є:

- витрати на електроенергію;
- витрати на воду.

Для початку треба зробити розрахунок витрат на електроенергію

Таблиця 3.8

Розрахунок електроенергії

Найменування	Потужність, кВт/год	Кількість обладнання, шт	Загальна потужність, кВт/год	Загальна потужність, враховуючи коефіцієнт одночасності (0,8), кВт/год	Загальна вартість, грн/год
Шафа холодильна DGD AF14PKMTN	0,57	1	0,57	0,57	1,31
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	18	3	54	43,2	98,93
Шафа жарочна електрична трисекційна ШЖЭ 3 GN 1/1 СТАНДАРТ	12,6	1	12,6	10,08	23,08
М'ясорубка MG8 Premium	1,2	2	2,4	1,92	4,4
Загальне освітлення	3	x	3	3	6,87
Всього	35,37	7	72,57	58,77	134,58

Джерело: власні розрахунки автора

Під час розрахунків було використано коефіцієнт одночасності, який становить – 0,8, також була врахована вартість одного кіловату для юридичних лиць – 2,29 грн/кВт.

Вартість електроенергії за добу буде складати:

$$BE = (24 * 0,57 + 98,93 * 11 + 23,08 * 11 + 4,4 * 11 + 6,87 * 12) = 1479,76$$

Отже, так як холодильник використовується безперервно, його електроенергія розраховується на 24 години, інше обладнання розраховується на 11 годин, через свою непостійність, а освітлення береться за 12 повних робочих годин.

Також, треба зробити розрахунки витрат на використання води. Прогнозована кількість використаної води на одну особу складає – 1,2 л. Сюди

входить використання води на кухні та витрати на прибирання. Вартість 1 куб.м. у місті Київ у 2020 році складає – 21,76 грн.

Загальні витрати на воду на одну добу розраховуються:

$$VV = СКЛ * ПКВВ * Вк \quad (3.3)$$

де VV – витрати на воду;

СКЛ – середня кількість людей, яка буде приходити до кафе кожного дня, чол;

ПКВВ – прогнозована кількість використаної води;

Вк – вартість одного кубу води.

$$VV = 1737 * 0,0012 * 21.76 = 45,36 \text{ грн.}$$

Після того, як ми зробили всі розрахунки, ми можемо зробити розрахунок повної собівартості, для цього зробимо калькуляцію на одну страву. Для початку треба зробити розрахунок витрат на приготування однієї страви без витрат на продукти:

Середня місячна кількість страв, які будуть готуватися 52110 шт.
(1737*30)

Таблиця 3.9

Розрахунок витрат на приготування однієї страви без витрат на продукти

Найменування	Загальні витрати на місяць	Середні затрати на приготування однієї страви
Заробітна плата	245830	4,72
Оренда	161000	3,09
Амортизація	2373	0,05
Комун. послуги:	45754	0,88
електроенергія	44393	0,85
вода	1361	0,03
Поточні витрати	35000	0,67
Реклама	10000	0,19
Всього	499957	9,59

Джерело: власні розрахунки автора

Отже, зробивши розрахунок витрат на приготування однієї страви без витрат на продукти ми отримали – 9,59 гривень. Це означає те що, в середньому на одну страву, окрім витрат на продукти, припадає ще 9,59.

Зробимо розрахунок собівартості кожної страви:

Таблиця 3.10

Розрахунок собівартості кожної страви

Меню кафе	Кількість замовлень	Використання продуктів	Вартість використаних продуктів	Собівартість одиниці замовленої страви	Загальна собівартість
Мексиканська ячня з кукурудзою	261	Яйця - 2 шт Кукурудза - 120г. Спеції	4,59	14,18	3700,98
Булгур з яловичиною	122	Булгур - 200г. Яловичина - 200г. Спеції	16,95	26,54	3237,88
Плов з булгуру	87	Булгур - 200г. Яловичина - 200г. Спеції	16,95	26,54	2282,44
Гречка з курятиною	261	Гречка - 150г. Курка - 100г. Спеції	8,5	18,09	4721,49
Рис з куркою	261	Рис - 150г. Курка - 100г. Спеції	10	19,59	5112,99
Паста на молоці з куркою	122	Паста - 150г. Молоко - 500мл. Курка - 120г. Спеції	13,59	23,18	2827,96
Яшня з двох яєць з куркою, кукурудзою, скибочками картоплі	52	Яйця - 2 шт Кукурудза - 80г. Курка - 110г. Картопля - 100г. Спеції	10,655	20,245	1052,74
Салат з курячим філе та кукурудзою	226	Курка - 150г. Кукурудза - 100г. Супутні продукти - 90г. Спеції	15,15	24,74	5566,50
Інші замовлення	347	x	20	29,59	10279,57
Всього	1737	x	x	x	38782,5

Джерело: власні розрахунки автора

Зробивши розрахунки ми можемо побачити те, що загальна собівартість меню за один день складає – 38782,5 гривень, це означає що місячна собівартість буде складати:

$$38782,5 * 30 = 1163475 \text{ гривень}$$

Загальна сума потрібних інвестицій для проекту.

Капітальні інвестиції

Отже, зробивши всі необхідні нам розрахунки, ми можемо зробити розрахунок загальної суми необхідних інвестицій для початку роботи кафе. Зробимо розрахунок капітальних інвестицій:

Розрахунок капітальних інвестицій

Найменування	Первісна вартість	Вартість на установку	Загальна вартість капітальних інвестицій
Шафа холодильна DGD AF14PKMTN	47152	550	47702
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16435	200	16635
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16435	200	16635
Плита електрична економ Арм-Еко ПЕ-6	16435	200	16635
Шафа жарочна електрична трисекційна ШЖЭ 3 GN 1/1 СТАНДАРТ	24325	420	24745
М'ясорубка MG8 Premium	6075	0	6075
М'ясорубка MG8 Premium	6075	0	6075
Ванна мийна штампована без полиці 2-х секційна	7375	300	7675
Ванна мийна штампована без полиці 2-х секційна	7375	300	7675
Всього	147682	2170	149852

Джерело: власні розрахунки автора

Як ми вже говорили, інвесторами проекту будуть акціонери компанії. Отож, сума капітальних інвестицій склала – 149852 грн.

Операційні витрати

Далі зробимо розрахунок операційних витрат на забезпечення одного місяця роботи кафе:

Розрахунок операційних витрат на один місяць

Найменування	Витрати на один день	Загальна сума витрат на місяць, грн
Заробітна плата	x	245830
Оренда	x	161000
Амортизація	x	2373
Комун. послуги	1525	45754
електроенергія	1480	44393
вода	45	1361
Поточні витрати	x	35000
Реклама	x	10000
Матеріальні витрати	38783	1163475
Всього	x	1663432

Джерело: власні розрахунки автора

Отже, зробивши всі необхідні нам розрахунки зробимо розрахунки отриманого доходу від цього проекту:

Для початку зробимо розрахунок запланованого доходу. Як ми знаємо рентабельність кафе в Україні складає – 30%, за цим іде розрахунок доходу за місяць:

$$ДВР = С * Р * ПДВ \quad (3.4)$$

де ДВР – дохід від реалізації;

С – собівартість;

Р – рентабельність;

ПДВ – податок на додану вартість

$$ДВР = 1663432 * 1,3 * 1,2 = 2594953,92 \text{ грн.}$$

Далі зробимо розрахунок нашого доходу за пів року роботи кафе:

$$ДВР = 2594953,92 * 6 = 15569723,52 \text{ грн.}$$

Розрахуємо чистий дохід за пів року:

$$ЧД = 15569723,52 / 1,2 = 12974769,6 \text{ грн.}$$

Розрахуємо собівартість за пів року:

$$С = 1663432 * 6 = 9980592 \text{ грн.}$$

І на кінець розрахуємо прибуток від роботи кафе протягом пів роки:

$$ПР = (12974769,6 - 9980592) * 0,82 = 2455225,63 \text{ грн.}$$

На підставі цих розрахунків ми може зробити розрахунок чистих грошових потоків:

Чистий грошовий потік = чистий прибуток (збиток) + амортизація

$$ЧГП = 2455225,63 + 14236 = 2469461,63 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ефективність (доцільність) проектного рішення реконструкції лінії грануляції. Вихідні данні наведемо в табл. 3.8

Таблиця 3.13

Вихідні данні для розрахунку ефективності проекту

Показник	Одиниця виміру	Значення показника
1	2	3
Інвестиційні витрати	грн	149852
Чистий грошовий потік	грн	2469461,63

1	2	3
Чистий прибуток	грн	2455225,63
Ставка дисконту	%	8
Тривалість життєвого циклу проекту	років	5

Джерело: власні розрахунки автора

Чистий приведений дохід розрахуємо за формулою:

$$ЧПД = \sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+p)^t} - I_{в\text{заг}} \quad (3.5)$$

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+P)^t} \quad (3.6)$$

де p - ставка дисконту в частках одиниці.

Розрахунок дисконтованих чистих грошових потоків зведемо в таблицю

Спочатку розрахуємо коефіцієнт дисконтування:

Для нульового року:

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+0,8)^0} = 0;$$

Для першого року:

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+0,8)^{0,5}} = 0,745;$$

Для другого року:

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+0,8)^1} = 0,556;$$

Для третього року:

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+0,8)^2} = 0,309;$$

Для четвертого року:

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+0,8)^3} = 0,171;$$

Для п'ятого року:

$$K_{\partial} = \frac{1}{(1+0,8)^4} = 0,095;$$

Розрахунок дисконтованих чистих грошових потоків проекту

Показники							Всього
	0	1	2	3	4	5	
ІВ	149852	-	-	-	-	-	1974,7
ЧГП	-	2469461,63	2469461,63	2469461,63	2469461,63	2469461,63	31889,86
К _д	0	0,745	0,556	0,309	0,171	0,095	x
ЧГП* К _д	-	1373020,67	763063,64	422277,94	234598,86	130881,47	2923842,58

Джерело: власні розрахунки автора

$$\text{ЧПД} = 2923842,58 - 149852 = 2773990,58 \text{ грн.}$$

Чистий приведений дохід величина позитивна тобто реальні вигоди від реалізації проекту перевищують затрати на проект на тис. грн.

Індекс доходності:

$$ID = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+p)^t}}{I_{в\text{заг}}} \quad (3.7)$$

$$ID = 2923842,58/149852 = 19,51$$

Отже, на 1 грн. інвестицій ми отримаємо 19,51 грн. дисконтованого чистого грошового потоку за п'ять років роботи кафе. Так, як цей індекс більше одиниці, то він є доцільним.

Далі, розрахуємо індекс (коефіцієнт) рентабельності:

$$IP = \frac{\overline{ЧП}_i}{I_{в\text{заг}}} \quad (3.8)$$

$$IP = 2455225,63/149852 = 16,39$$

Отже, з 1 грн. інвестицій ми отримаємо 16,39 грн. чистого прибутку кожні пів року.

Дисконтований період окупності:

$$ПО_{\text{д}} = \frac{I_{в\text{заг}}}{\left[\sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+p)^t} \right] \div n} \quad (3.9)$$

$$ПО_{\text{диск}} = \frac{149852}{2923842,58/5} = 0,25 \text{ роки}$$

Дисконтований період окупності складає 0,25 року, що менше половини року. Отже, період окупності в межах життєвого циклу проекту.

Таким чином, розрахунки показали, що проект з реконструкції лінії грануляції є ефективним за всіма показниками і його можна реалізувати на підприємстві. Розрахунки проводилися при незмінному обсязі виробництва.

3.2 Вплив впровадження бізнес-плану на підприємстві ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

За даними обчисленими у підрозділі 3.2. розрахуємо прогнозні показники діяльності підприємства на плановий рік.

Створення будь-якого бізнес-плану несе за собою вплив на фінансові результати підприємства, також призводить до зміни техніко-економічних показників, показників фінансового стану.

Також, треба пам'ятати що звітність підприємства розраховується у доларах. Тому вартість наших ОС поділимо на курс НБУ:

$$149852 / 26,7 = 5612,44 \text{ грн.}$$

Розрахуємо, як зміниться структура основних засобів після впровадження даного проекту:

Таблиця 3.15

Вплив впровадження бізнес-плану на структуру основних засобів ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.

Групи основних засобів	2019		Прогнозований рік		Відхилення	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	абсолютне, тис. грн.	відносне, %
1	2	3	4	5	6	7
Земельні ділянки	927907	1,91%	927907	1,91%	-	-
Будинки та споруди	24396739	50,26%	24396739	50,26%	-	-
Виробниче обладнання	8635373	17,79%	8635373	17,79%	-	-
Транспортні засоби та сільськогосподарська техніка	4340686	8,94%	4340686	8,94%	-	-
Комунальні послуги та інфраструктура	3615201	7,45%	3615201	7,45%	-	-

1	2	3	4	5	6	7
Споруди для зберігання зерна	2500528	5,15%	2500528	5,15%	-	-
Допоміжні та інші машини	1461841	3,01%	1461841	3,01%	-	-
Інші основні засоби	84323	0,17%	84323	0,17%	5,5	0,002
Будівництво в процесі	2577485	5,31%	2577485	5,31%	-	-
Всього основних засобів	48540082	100,00%	48540082	100,00%	5,5	-

Джерело : розраховано автором, також за допомоги звітності підприємства

Суттєвої зміни при розрахунку впливу на структуру основних засобів не було, а саме ватість основних засобів змінилась на 0,002%.

Отже, на підставі цих розрахунків ми можемо зробити розрахунок впливу створеного бізнес-плану на прибуток підприємства:

Таблиця 3.16

**Вплив впровадження бізнес-плану на прибуток
ПрАТ «Мироніський хлібопродукт» за 2017 - 2019 рр.**

Показники	2019	Прогнозований рік	Відхилення	
			абсолютне, тис. грн.	відносне, %
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	48697477	48698608	2595,24	0,024%
Чиста зміна справедливої вартості біологічних активів і сільськогосподарської продукції	-935960	-935960	0	0%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-38338389	-38339259	-1997,16	0,023%
Валовий прибуток	9423128	9423389	598,08	0,028%
Адміністративні витрати та витрати на збут	-4243525	-4243525	0	0%
Інші операційні витрати/дохід	72740	72740	0	0%
Державні гранти	0	0	0	0%
Знецінення основних засобів	-147897	-147897	0	0%
Операційний прибуток	5104447	5104447	0	0%
Інші фінансові доходи	190295	190295	0	0%
Валютний прибуток/збиток	4388840	4388840	0	0%
Фінансові витрати	-3494946	-3494946	0	0%
Інші витрати	-191006	-191006	0	0%
Фінансовий прибуток результат до оподаткування:	5997630	5997891	598,08	0,044%

Податок на прибуток: витрати/вигода	-760493	-760540	-107,654	0,063%
Прибуток за рік від діяльності що триває	5237137	5237351	491,28	0,042%
Збиток за рік від припиненої діяльності	-137901	-137901	0	0%
Чистий прибуток	5099236	5099450	491,28	0,043%

Джерело : розраховано автором, також за допомоги звітності підприємства

Розрахувавши вплив впровадження бізнес-плану на прибуток ми можемо побачити те, що суттєвої зміни не відбулося, чистий прибуток збільшився лише на 0,043%, що є дуже незначним.

Підприємство ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» має дуже величезні, у грошовому вимірі, фінансові результати, активи та ін. Слід пам'ятати що цей проект не ніс за собою мети кардинально змінити кількість та вартість активів та основних засобів, не ніс такої мети, як підвищення загального прибутку. Дана компанія справляється з цими задачами дуже добре, маючи величезні ресурси. Цей проект був розрахован на підтримання стану здоров'я громадян, підтримку іміджу компанії, яка не відхиляється від своєї місії та своїх принципів, збільшення рівня лояльності до компанії.

Прогнозований вплив на ви рекламі послуги складає

Висновок до розділу 3

МХП - приватне акціонерне товариство, яке спеціалізується на виробництві курятини і вирощуванні зернових, а також інші аграрні діяльності, такі як виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання. Ця компанія має величезний обсяг земельного банку України.

МХП - найбільший виробник (64% ринку) і експортер (86% обсягу експорту) курятини в Україні. Найбільший виробник м'яса (41% ринку України), комбікорми (25% ринку) України. У 2017 р МХП отримав 42% всіх бюджетних дотацій для аграрних підприємств України.

Все частіше ми починаємо чути про таку проблему, як погане харчування, по причині якої люди отримують такі проблеми зі здоров'ям як: гастрит, виразка шлунку, ожиріння, яке в свою чергу приводить до супутніх проблем з серцем, суглобами, хребтом, нирками, печінкою і т.д., можна перераховувати ці проблеми поки не закінчаться органи в тілі людини.

З кожним роком українці стають важчими. Якщо уявимо, що в Україні живе 100 чоловік, то 58 з них мають зайву вагу і ще 25 страждають від ожиріння. Це проблема не тільки нашої країни. Ожиріння набуло форму епідемії в усьому світі, підкреслюють у Всесвітній організації охорони здоров'я (ВООЗ). Сьогодні від надмірної ваги вмирають більше людей, ніж від голоду. Хвороби серця, інсульт, онкозахворювання - це одні з наслідків ожиріння.

Також, був проведений SWOT-аналіз, у результаті якого були помічені зовнішні проблеми, які безпосередньо стосуються підприємства. Тому було прийнято рішення, враховуючи проблеми, які помічені у SWOT-аналізі, розробити бізнес-план по створенню кафе правильного харчування.

Підприємство, яке ми збираємось створити, буде концентроване на вирішення соціальних проблем, такі як погане харчування, зайва вага та поганий стан здоров'я, та як ми знаємо що секрет щасливого життя у тому щоб були здорові твої близькі та ти сам. Тобто самі ті проблеми з якими компанія МХП бориться протягом великого періоду перебування на ринку. Також, покращення відносин людей до головного підприємства. І воно буде, на початок, функціонувати як звичайне кафе, яке буди підтримуватись усіх цих принципів.

Для початку буде створене одне кафе, для того щоб перевірити, чи буде воно вирішувати задані проблеми та чи буде воно рентабельним, тому що підприємство не зможе розвиватися не отримуючи прибутку. Для того щоб дізнатися зможе воно виконувати свої функції треба профінансувати цей проект мінімум на пів роки, цього періоду буде достатньо.

Так як, підприємство є прибутковим, а коефіцієнт реінвестування у 2019р. склав 50,07% то це говорить про те що інвесторами цього проекту будуть виступати акціонери підприємства. Ще одна причина того щоб інвесторами були

акціонери – це те що Юрій Косюк має низький рівень довіри і якщо ми хочемо щоб цей проект, разом зі всіма проблемами, вирішив питання рівня довіри, то потрібно щоб інвесторами були акціонери «МХП», зокрема і сам Юрій.

Отже, сума інвестицій, для забезпечення одного місяця роботи кафе становила – 149852 гривень.

Підприємство ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» має дуже величезні, у грошовому вимірі, фінансові результати, активи та ін. Слід пам'ятати що цей проект не ніс за собою мети кардинально змінити кількість та вартість активів та основних засобів, не ніс такої мети, як підвищення загального прибутку. Дана компанія справляється з цими задачами дуже добре, маючи величезні ресурси. Цей проект був розрахован на підтримання стану здоров'я громадян, підтримку іміджу компанії, яка не відхиляється від своєї місії та своїх принципів, збільшення рівня лояльності до компанії.

ВИСНОВКИ

Бізнес-план – це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого започаткованого комерційного проекту. Він дозволяє передбачати заходи щодо реалізації нової ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення тієї або іншої підприємницької ідеї.

Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та в просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди).

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;

розробка бізнес-плану;

презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів.

Отже, зробивши аналіз основних техніко-економічних показників та показників фінансового стану ми можемо зробити такі висновки:

- підприємство має дуже високий рівень ефективності використання основних засобів, також підприємство кожного року поповнює їх кількість та займається їх оновленням, використовуючи більш нове та енергоємне обладнання;

- на підприємстві є проблема пов'язана з дуже низьким рівнем чистого прибутку в порівнянні з сумою активів, власного капіталу та чистого доходу, що не дає змогу сказати що підприємство працює ефективно.

- підприємство має дуже низький, а точніше від'ємний показник власних обігових коштів. У 2017 році він становив -493950 тис. грн., у 2018 р. він дорівнював -552517 тис. грн., а у 2019 він склав -926560 тис. грн. Це говорить нам про нестачу коштів для забезпечення безперервної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів. Це створює ризик втрати ліквідності і стійкості.

Також, буж проведений SWOT-аналіз, у результаті якого були помічені зовнішні проблеми, які безпосередньо стосуються підприємства. Тому було прийнято рішення, враховуючи проблеми, які помічені у SWOT-аналізі, розробити бізнес-план по створенню кафе правильного харчування.

Все частіше ми починаємо чути про таку проблему, як погане харчування, по причині якої люди отримують такі проблеми зі здоров'ям як: гастрит, виразка шлунку, ожиріння, яке в свою чергу приводить до супутніх проблем з серцем, суглобами, хребтом, нирками, печінкою і т.д., можна перераховувати ці проблеми поки не закінчаться органи в тілі людини.

З кожним роком українці стають важчими. Якщо уявимо, що в Україні живе 100 чоловік, то 58 з них мають зайву вагу і ще 25 страждають від ожиріння. Це проблема не тільки нашої країни. Ожиріння набуло форму епідемії в усьому

світі, підкреслюють у Всесвітній організації охорони здоров'я (ВООЗ). Сьогодні від надмірної ваги вмирають більше людей, ніж від голоду. Хвороби серця, інсульт, онкозахворювання - це одні з наслідків ожиріння.

Був проведений SWOT-аналіз, у результаті якого були помічені зовнішні проблеми, які безпосередньо стосуються підприємства. Тому було прийнято рішення, враховуючи проблеми, які помічені у SWOT-аналізі, розробити бізнес-план по створенню кафе правильного харчування.

Підприємство, яке ми збираємось створити, буде концентроване на вирішення соціальних проблем, такі як погане харчування, зайва вага та поганий стан здоров'я, та як ми знаємо що секрет щасливого життя у тому щоб були здорові твої близькі та ти сам. Тобто самі ті проблеми з якими компанія МХП бориться протягом великого періоду перебування на ринку. Також, покращення відносин людей до головного підприємства. І воно буде, на початок, функціонувати як звичайне кафе, яке буди підтримуватись усіх цих принципів.

Для початку буде створене одне кафе, для того щоб перевірити, чи буде воно вирішувати задані проблеми та чи буде воно рентабельним, тому що підприємство не зможе розвиватися не отримуючи прибутку. Для того щоб дізнатися зможе воно виконувати свої функції треба профінансувати цей проект мінімум на пів роки, цього періоду буде достатньо.

Так як, підприємство є прибутковим, а коефіцієнт реінвестування у 2019р. склав 50,07% то це говорить про те що інвесторами цього проекту будуть виступати акціонери підприємства. Ще одна причина того щоб інвесторами були акціонери – це те що Юрій Косюк має низький рівень довіри і якщо ми хочемо щоб цей проект, разом зі всіма проблемами, вирішив питання рівня довіри, то потрібно щоб інвесторами були акціонери «МХП», зокрема і сам Юрій.

Отож, сума інвестицій, для забезпечення одного місяця роботи кафе становила – 1378607,4 гривень, після чого підприємство зможе само себе фінансувати та розвиватись.

Підприємство ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» має дуже величезні, у грошовому вимірі, фінансові результати, активи та ін. Слід пам'ятати що цей

проект не ніс за собою мети кардинально змінити кількість та вартість активів та основних засобів, не ніс такої мети, як підвищення загального прибутку. Дана компанія справляється з цими задачами дуже добре, маючи величезні ресурси. Цей проект був розрахован на підтримання стану здоров'я громадян, підтримку іміджу компанії, яка не відхиляється від своєї місії та своїх принципів, збільшення рівня лояльності до компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарян О.М., Баширов І. Х., Воробйов Б.З., Жаболенко М.В., Криковцева Н.О. Маркетинг: принципи та функції: Навч. посіб. для студ. вищ. навч закл. - 2. вид., перероб. і доп. - К.: НМЦВО МОіН України, 2012.
2. Андрушків В.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту : методологічні положення та прикладні механізми. – Т.:ЛІЛЕЯ, 2011.
3. Балабанова Л.Б. Маркетинг: підручник. - 2-ге видання перероблене і доповнене. Знання-Прес, 2015.
4. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчин М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства - К.: "Каравела"; 2011. - 298 с.
5. Бурков В. Н., Новиков Д. А. Как управлять проектами. – М-ИНТЕГГЕО, 2013.
6. Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник. - К.: Атіка, 2009. - 300 с.
7. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. - 140 с.
8. Бушуев С.Д., Гурин Э.А. Инвестиционные инструменты проектного менеджмента. К.: Укр. ИНТЭИ, 2005. – 184с.
9. Бушуев С.Д., Морозов В.В. Управление закупками в проектах. К.: Укр. ИНТЭИ, 2006. Т.1,2– 188с., 195с.
10. Бушуев С.Д. Практика проектного менеджменту “крок за кроком” ч 1,2. Методичні вказівки до практичних занять. КНУБА 2008 57с.,41с.
11. В.Н. Бурков, Д.А. Новиков. Как управлять проектами. М.: СИНЕРГ-ГЕО. 2015. – 187 с.
12. Вачевський М.В., Скотний В.Г., Вачевський О.М. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики. Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 256 с.
13. Виленський П.Л. Оцінка ефективності інвестиційних проектів : теорія і практика – М.: Дело , 2011 – 832 с.

14. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Менеджмент в організації :Навч. Посібник для студ. екон. вузів. – К.: «Кондор»
15. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: Навч.-метод. посіб. - К.: КНЕУ, 2012.
16. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підр. - К.: КНЕУ, 2007. - 268 с.
17. Войчак А.В., Павленко А.Ф. Маркетинг: Підручник - К.: КНЕУ, 2006.
18. Воропаев В.И. Управление проектами в России / РАУП СОВНЕТ. - М.: Аланс -1995. - 225 с.
19. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. - Київ: Лібра, 2006. - 720 с.
20. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч посібник. - К.: Вища школа, 2007. - 327 с
21. Гончаров С.М., Дупляк В.Д. Основи маркетингу. - К.-Рівне. 2011
22. Грей К.Ф., Ларсон Э.У. Управління проектами. – М.: Дело и Сервис, 2003. – 528 с.
23. Данилюк М.О., Дзьоба О.Г., Петренко В.П. Як розробити бізнес-план інвестиційного проекту. Практичний посібник для підприємців. – Івано-Франківськ: Факел. – 2003.
24. Диксон Питер Р. Управление маркетингом / Пер. с англ. - М.: ЗАО "Изд-во БИНОМ". 1998.
25. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2005. - 393 с.
26. Економіка підприємства: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисциплін / О.Г.Швиданенко та інші – К.: КНЕУ, 2000.
27. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп.- К.: КНЕУ , 2001. - 528с.
28. Економіка підприємства: Підручник / За заг.ред. С.Ф.Покропивного – Вид 2-ге. – К.: КНЕУ, 2000.
29. Кардаш В.Я. «Маркетингова товарна політика» К.: КНЕУ, 2007

30. Карсекін В.І., Манов М.А., Менеджмент у підприємствах торгівлі та громадського харчування. К.: Вища школа, 2015, - 272 с.
31. Керівництво з питань проектного менеджменту. – Довідник. Українська асоціація управління проектами. К.:ВІПОЛ, 2008.-198с.
32. Клайм Р., Лудін І. Ноєв проект: Секрети практичного проектного менеджменту. – СПб: Весь, 2009. – 320 с.
33. Классика маркетинга. Сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг Серия: Маркетинг для профессионалов. Антология Издательство: Питер, 2009 г. 752 стр.
34. Коршунов В.І., Курбітов К.Е. «маркетингові дослідження ринку», Харків, 2007
35. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга / Пер. с англ.; 2-е европ. изд. - К.; М.; СПб.: Издат. Дом "Вильяме", 2015.
36. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: Ростинтер, 2016. - 698 с.
37. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2008. - 152 с.
38. Ладанов И.Д. Практический менеджмент. В 3-х частях. — М., 2004.
39. Леонард Берри, Валери Зайтамль, А. Парасураман Концептуальная модель качества сервиса и ее значение для будущих исследований /Valarie A.
40. Лесів Й. Сучасні методи менеджменту, засновані на ринковій економіці. – Ужгород: Карпати, 2009. – 254 с.
41. Мазур І.І., Шапіро В.Д. і інш. Управління проектами: Довідник для професіоналів. – М.: Высшая школа, 2001. – 875 с.
42. Маркетинг: Навч.-метод. посібник, Павленко А.Ф., Войчак А.В.-, 2005
43. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін: Ред.-упор. О. І. Сидоренко, П.С. Редько. - К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. - 648 с.

44. Маркетинговий менеджмент. Підручник. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. - К.: Видавництво «Хімджест» 2008 - 720 с.
45. Маудер У. Вибір проекту. Планування робіт по проектам та керівництво проектами. –М.: Мир, 2004.
46. Менеджмент персоналу: Навч. практ. Посібник. – К.:Т-во «Знання», КОО , 200. – 311с.
47. Мескон, М.; Альберт, М.; Хедоури, Ф. Основы менеджмента, Москва: Дело, 1994. с.423
48. Пинто Дж.К. Управление проектами. – СПб: Питер, 2004. – 464 с.
49. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 387 с.
50. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг: Навч. посібник. - К.: Вища школа, 2006. - 256 с.
51. Примак Т. О Маркетинг. Підручник - МАУП ISBN: 966-608-405-8 - 2004.
52. Проектний аналіз . Навч. посібн. / За ред. Москвіна С.О. – К. 1999 – 368с.
53. Світ управління проектами: основи, методи, організація, використання/За ред. Х. Решке, Х. Шелле, – М.: Аланс, 1994.
54. Скібіцький О.М. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник . – К.: ЦНЛ, 2006. – 312с.
55. Словник ключових термінів з дисципліни «Маркетинг»/Уклад.М.Г. Гребньов.-К.:КНЕУ, 2006
56. Старостіна А.О. «Маркетингові дослідження». Практичний аспект, Н, м, С. Петербург, 2008
57. Турчин С.А., Программный инструментарий менеджера проекта, Киев, Компьютерное обозрение №34/2000 - с. 15-20
58. Управление — это наука и искусство: А.Файоль, Г.Эмерсон, Ф.Тэйлор, Г.Форд: Пер. с англ.—М. .: Республика, 2005. - 351 с.

59. Управление программами и проектами / М.Л.Разу и др. – М: ИНФРА, 2004.
60. Управление проектами / Под ред. В.Д.Шапиро - М., 2008 – 610 с.
61. Управление проектами: зарубежный опыт / А. И. Кочетков и др. – СПб.: Два-Три, 1993.
62. Устинов А.В. Экономика материально-технического снабжения. – М.: Высшая школа – 2006 – 315 с
63. Устинова Г.М. Информационные системы менеджмента: Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений / Учебное пособие. – СПб: Издательство «ДиаСофтЮП», 2000. – 368с.
64. Федоренко В.С. Маркетинг. Навч. посібник. - Черкаси, 2004. - 162 с.
65. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. – К.:Академвидав, 2003. – 608с.
66. Циба Т.Є Маркетингове планування: Підручник - Видавництво: Центр учбової літератури - 2007. - 125 с.
67. Чорна А.В., Метошоп І.М. Планування діяльності підприємства. Конспект лекцій для студентів спеціальності “Менеджмент організацій”. – Івано-Франківськ: “Факел”, 2001.
68. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента. В 2-х томах. — К., 1993.
69. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие; 2-е изд., испр. и доп. - М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем"; Изд-во "ГНОМ-ПРЕСС", 2016.
70. http://kontrakty.com.ua/show/ukr/print_article/9/1420042316.html
71. <http://www.ridnamarka.com.ua/ukr/>
72. <http://www.souz-inform.com.ua>
73. www.abcdef.com/articles/article1.html - Г.Керзнер. „Моделі і методи управління проектами”

ДОДАТКИ

Додаток А

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

CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

	Notes	31 December 2019	31 December 2018
ASSETS			
Non-current assets			
Property, plant and equipment	12	2,049,298	1,498,530
Right-of-use asset	13	229,244	-
Intangible assets	14	106,522	52,059
Goodwill	15,2	64,843	2,509
Non-current biological assets	17	29,652	23,392
Long-term bank deposits		3,298	3,387
Deferred tax assets	11	2,284	-
Other non-current assets, net	16	23,713	54,110
		2,508,854	1,633,987
Current assets			
Inventories	18	208,389	273,522
Biological assets	17	205,747	179,290
Agricultural produce	19	215,816	224,789
Other current assets	22	52,573	32,858
Taxes recoverable and prepaid	20	30,030	45,146
Trade accounts receivable, net	21	124,474	69,305
Cash and cash equivalents	23	340,735	211,768
Assets classified as held for sale	2	3,877	-
		1,181,641	1,036,678
TOTAL ASSETS		3,690,495	2,670,665

On behalf of the Board:
 Chief Executive Officer Yuriy Kasyuk
 Chief Financial Officer Viktoriya Karfuzhnikova

	Notes	31 December 2019	31 December 2018
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Share capital	24	284,505	284,505
Treasury shares		(44,593)	(44,593)
Additional paid-in capital		174,022	174,022
Revaluation reserve	12	862,435	642,800
Retained earnings		1,148,113	1,040,327
Translation reserve		(842,188)	(1,015,591)
Equity attributable to equity holders of the Parent		1,582,294	1,081,470
Non-controlling interests	25	13,572	16,536
Total equity		1,595,866	1,098,006
Non-current liabilities			
Bank borrowings	26	75,880	105,783
Bonds issued	27	1,365,669	1,090,935
Lease liabilities	28	151,789	9,087
Deferred revenues	9	49,933	34,578
Deferred tax liabilities	11	55,305	12,953
Other non-current liabilities		5,872	-
		1,704,448	1,253,336
Current liabilities			
Trade accounts payable		147,334	66,398
Other current liabilities	29	131,994	96,383
Bank borrowings	26	24,945	132,715
Accrued interest	26,27	21,789	19,472
Lease liabilities	28	64,074	4,355
Liabilities directly associated with assets classified as held for sale	2	45	-
		390,181	319,323
TOTAL LIABILITIES		2,094,629	1,572,659
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		3,690,495	2,670,665

The accompanying notes on the pages 82 to 150 form an integral part of these consolidated financial statements

Додаток Б
Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік
ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

**CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND OTHER
 COMPREHENSIVE INCOME**

	Notes	2019	2018
Continuing operations			
Revenue	6	2,055,943	1,552,206
Net change in fair value of biological assets and agricultural produce	5	(39,515)	32,094
Cost of sales	7	(1,618,596)	(1,162,727)
Gross profit		397,832	421,573
Selling, general and administrative expenses	8	(179,156)	(99,577)
Other operating income/(expenses), net		3,071	(5,803)
Loss on impairment of property, plant and equipment	12	(6,244)	(3,803)
Operating profit		215,503	312,390
Finance income		8,034	4,457
Finance costs	10	(147,552)	(138,019)
Foreign exchange gain, net	34	185,291	11,638
Other expenses, net		(8,064)	(10,561)
Profit before tax		253,212	179,905
Income tax expense	11	(32,107)	(50,527)
Profit for the year from continuing operations		221,105	129,378
Discontinued operations			
Loss for the year from discontinued operations	2	(5,822)	(1,274)
Profit for the year		215,283	128,104
Other comprehensive income			
Items that will not be reclassified to profit or loss:			
Effect of revaluation of property, plant and equipment	12	199,437	-
Deferred tax on revaluation of property, plant and equipment charged directly to other comprehensive income as result of revaluation	11	(17,053)	-
Deferred tax on revaluation of property, plant and equipment charged directly to other comprehensive income as result of intercompany sales		15,162	49,357
Items that may be reclassified to profit or loss:			
Cumulative translation difference		175,928	14,054
Other comprehensive income		373,474	63,411
Total comprehensive income for the year		588,757	191,515
Profit attributable to:			
Equity holders of the Parent		218,441	124,926
Non-controlling interests	25	(3,158)	3,178
Total comprehensive income attributable to:		215,283	128,104
Equity holders of the Parent		585,943	186,828
Non-controlling interests		2,814	4,687
Earnings per share from continuing and discontinued operations		588,757	191,515
Basic and diluted earnings per share (USD per share)		2.04	1.17
Earnings per share from continuing operations			
Basic and diluted earnings per share (USD per share)	36	2.10	1.18

On behalf of the Board:
 Chief Executive Officer Yanru Kouyuk
 Chief Financial Officer Yikonia Koyevyakhina

The accompanying notes on the pages 82 to 150 form an integral part of these consolidated financial statements

Додаток В

ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ

ОСНОВНІ ЗАСОБИ за 2019 рік

12. PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT

The following table represents movements in property, plant and equipment for the year ended 31 December 2019:

	Land	Buildings and structures	Grain storage facilities	Production machinery	Auxiliary and other machinery	Utilities and infrastructure	Vehicles and agricultural machinery	Other fixed assets ¹	Construction in progress ²	Total
Cost or fair value:										
At 31 December 2018	4,363	670,095	78,376	332,493	51,387	105,540	235,845	9,803	146,494	1,634,396
Adoption of IFRS 16	-	-	-	-	-	-	(23,857)	-	-	(23,857)
At 1 January 2019	4,363	670,095	78,376	332,493	51,387	105,540	211,988	9,803	146,494	1,610,539
Additions	1,044	19,841	5,954	9,057	7,694	6,092	6,541	596	63,409	120,228
Acquisitions of subsidiaries (Note 2)	29,689	114,757	1,193	26,794	1,388	632	405	3,051	1,672	179,581
Transfers	3,551	63,934	-	37,065	-	13,542	2,779	513	(121,384)	-
Disposals	(2)	(758)	(3)	(957)	(142)	(34)	(2,973)	(255)	(18)	(5,142)
Reclassified as held for sale	-	(320)	-	(1,854)	(113)	(388)	(1,110)	(33)	(18)	(3,836)
Revaluations	-	60,099	11,886	(6,476)	(3,368)	9,882	(50,483)	-	-	21,540
Translation difference	530	119,078	10,716	63,116	8,465	19,763	36,801	1,666	18,663	278,798
At 31 December 2019	39,175	1,046,726	108,122	459,238	65,311	155,029	203,948	15,341	108,818	2,201,708
Accumulated depreciation:										
At 31 December 2018	-	23,915	5,498	34,704	6,696	5,851	52,144	7,058	-	135,866
Adoption of IFRS 16	-	-	-	-	-	-	(2,408)	-	-	(2,408)
At 1 January 2019	-	23,915	5,498	34,704	6,696	5,851	49,736	7,058	-	133,458
Depreciation charge for the year	-	31,750	6,447	50,811	7,450	6,940	53,147	3,466	-	160,011
Elimination upon disposal	-	(356)	(2)	(235)	(28)	(4)	(1,395)	(134)	-	(2,154)
Reclassified as held for sale	-	296	-	(183)	(54)	(32)	(238)	(26)	-	(237)
Elimination on revaluation	-	(45,216)	(11,038)	(2)	(13,615)	(11,462)	(96,564)	-	-	(177,897)
Impairment loss	-	949	323	2	1,496	70	3,404	-	-	6,244
Translation difference	-	5,390	1,325	9,567	1,649	1,037	12,600	1,417	-	32,985
At 31 December 2019	-	16,728	2,553	94,664	3,594	2,400	20,690	11,781	-	152,410
Net book value										
At 31 December 2018	4,363	646,180	72,878	297,789	44,691	99,689	183,701	2,745	146,494	1,498,530
At 31 December 2019	39,175	1,029,998	105,569	364,574	61,717	152,629	183,258	3,560	108,818	2,049,298

¹ Other fixed assets include bearing plants, office furniture and equipment

² Construction in progress include advances for property plant and equipment, machinery and equipment not in use, construction materials and spare parts, projects in progress.

Додаток Г

ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

17. BIOLOGICAL ASSETS (continued)

Biological assets of the Group are measured at fair value within Level 3 of the fair value hierarchy, except for cattle and pigs that can be measured based on market prices of livestock of a similar age, breed and genetic merit, and which are therefore measured at fair value within Level 2 of the fair value hierarchy. There were no transfers between any levels during the year.

The following unobservable inputs were used to measure biological assets:

Description	Fair value as of 31 December 2019	Fair value as of 31 December 2018	Valuation technique(s)	Unobservable inputs	Range of unobservable inputs	Range of unobservable inputs	Relationship of unobservable inputs to fair value
					(average) 2019	(average) 2018	
Crops in fields	35,036	37,416	Discounted cash flows	Crops yield - tonnes per hectare	3.3 – 6.3 (4.5)	3.5 – 6.1 (4.9)	The higher the crops yield, the higher the fair value
					USD 134 - 405 (235)	USD 160 - 380 (253)	The higher the market price, the higher the fair value
Breeders held for hatchery eggs production	78,063	66,509	Discounted cash flows	Discount rate	12.0%	18.0%	The higher the discount rate, the lower the fair value
					USD 0.25	USD 0.25	The higher the market price, the higher the fair value
Broiler chickens	79,382	64,519	Cash flows	Average weight of one broiler - kg	2.45	2.33	The higher the weight, the higher the fair value
					UAN 26.38	UAN 30.36	The higher the market price, the higher the fair value
Milk cows	25,725	19,953	Discounted cash flows	Dolly milk yield - litre per cow	12.25 - 17.89 (15.81)	15.89 - 19.76 (18.55)	The higher the milk yield, the higher the fair value
					Weight of the cow - kg per cow	545 - 571 (557)	523 - 567 (548)
				Milk price – per litre	UAN 8.70 – 9.31 (8.93)	UAN 7.62 – 8.68 (7.93)	The higher the market price, the higher the fair value
					Meat price – per kg	UAN 18.91 - 26.46 (23.08)	UAN 18.69 – 24.22 (22.81)
				Discount rate	12.0%	15.7%	The higher the discount rate, the lower the fair value

1 Data of Europe operating segment

Додаток Д
ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ
ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

21. TRADE ACCOUNTS RECEIVABLE, NET (continued)

The following table illustrates the use of a provision matrix as a risk profile disclosure under the simplified approach as at 31 December 2019:

31 December 2019	Trade accounts receivable – days past due					Total
	Portfolio assessment:	Not past due	< 30	31-90	91-270	
Chicken meat Ukraine						
ECL rate, %	0.01%	0.02%	0.37%	1.16%	100%	
Estimated total gross carrying amount at default	25,502	2,259	89	250	147	28,247
Lifetime ECL	(2)	(1)	-	(3)	(147)	(153)
Chicken meat export						
ECL rate, %	0.20%	0.39%	1.03%	4.93%	100%	
Estimated total gross carrying amount at default	13,993	8,218	4,690	609	722	28,232
Lifetime ECL	(28)	(32)	(48)	(30)	(722)	(860)
Agricultural Ukraine						
ECL rate, %	0.26%	0.28%	0.51%	0.89%	100%	
Estimated total gross carrying amount at default	22,442	2,961	31	1,373	1,014	27,821
Lifetime ECL	(59)	(8)	-	(12)	(1,014)	(1,093)
Agricultural export						
ECL rate, %	0.13%	3.08%	10.39%	13.49%	100%	
Estimated total gross carrying amount at default	8,033	54	29	13	-	8,129
Lifetime ECL	(10)	(2)	(3)	(2)	-	(17)
Europe operating segment						
ECL rate, %	0.64%	1.14%	5.64%	13.91%	100%	
Estimated total gross carrying amount at default	28,666	4,907	732	168	585	35,058
Lifetime ECL	(185)	(56)	(41)	(23)	(585)	(890)
Estimated total gross carrying amount at default						127,487
Total lifetime ECL						(3,013)

ДОДАТКИ

Додаток Е

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

CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

AS OF 31 DECEMBER 2018

(in thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

	Notes	31 December 2018	31 December 2017
ASSETS			
Non-current assets			
Property, plant and equipment	12	1,498,530	1,383,102
Land lease rights	13	48,809	45,410
Deferred tax assets	11	-	121
Non-current biological assets	15	23,392	20,405
Long-term bank deposits	24	3,387	2,524
Other non-current assets, net	14	59,869	24,817
		1,633,987	1,476,379
Current assets			
Inventories	16	273,522	226,368
Biological assets	15	179,290	141,028
Agricultural produce	17	224,789	183,407
Other current assets	20	32,858	25,327
Taxes recoverable and prepaid	18	45,146	37,767
Trade accounts receivable, net	19	69,305	62,305
Cash and cash equivalents	21	211,768	125,554
		1,036,678	801,756
TOTAL ASSETS		2,670,665	2,278,135
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Share capital	22	284,505	284,505
Treasury shares		(44,593)	(48,503)
Additional paid-in capital		174,022	175,291
Revaluation reserve	12	642,800	661,454
Retained earnings		1,040,327	925,978
Translation reserve		(1,015,591)	(1,030,159)
Equity attributable to equity holders of the Parent		1,081,470	968,566

	Notes	31 December 2018	31 December 2017
Non-controlling interests	23	16,536	17,141
Total equity		1,098,006	985,707
Non-current liabilities			
Bank borrowings	24	105,783	138,817
Bonds issued	25	1,090,935	970,088
Finance lease obligations	26	9,087	7,410
Deferred revenues	9	34,578	-
Deferred tax liabilities	11	12,953	23,730
		1,253,336	1,140,045
Current liabilities			
Trade accounts payable		66,398	43,175
Other current liabilities	27	96,383	50,296
Bank borrowings	24	132,715	36,917
Accrued interest	24, 25	19,472	17,955
Finance lease obligations	26	4,355	4,040
		319,323	152,383
TOTAL LIABILITIES		1,572,659	1,292,428
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		2,670,665	2,278,135

On behalf of the Board:

Chief Executive Officer Yurly Kosyuk
Chief Financial Officer Viktoriya Korolchushnaya

The accompanying notes on the pages 115 to 167 form an integral part of these consolidated financial statements

FINANCIAL STATEMENTS

CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME

FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018

(In thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

Continuing operations	Notes	2018	2017
Revenue	6	1,555,977	1,287,752
Net change in fair value of biological assets and agricultural produce	5	32,094	21,001
Cost of sales	7	(1,167,668)	(912,844)
Gross profit		420,403	395,909
Selling, general and administrative expenses	8	(99,674)	(79,239)
Government grants income	9	1,200	52,605
Other operating expenses, net		(7,003)	(3,912)
Impairment of property, plant and equipment	12	(3,803)	(3,607)
Operating profit		311,123	361,756
Finance income		4,457	3,472
Finance costs	10	(138,019)	(108,399)
Foreign exchange gain/(loss), net	32	11,638	(35,615)
Other expenses, net		(10,568)	(8,077)
Profit before tax		178,631	213,137
Income tax (expense)/benefit	11	(50,527)	17,118
Profit for the year from continuing operations		128,104	230,255
Discontinued operations			
Loss for the year from discontinued operations	2	-	(25,864)
Profit for the year		128,104	204,391

The accompanying notes on the pages 115 to 167 form an integral part of these consolidated financial statements

Додаток Є

Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід) за 2018 рік

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Додаток Ж
ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ
ОСНОВНІ ЗАСОБИ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018

(in thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

12. PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT

The following table represents movements in property, plant and equipment for the year ended 31 December 2018:

	Land	Buildings and structures	Grain storage facilities	Production machinery	Auxiliary and other machinery	Utilities and infrastructure	Vehicles and agricultural machinery	Other fixed assets*	Construction in progress	Total
<i>Cost or fair value:</i>										
At 1 January 2018	2,816	586,297	76,837	269,093	43,494	90,111	198,903	8,697	113,351	1,389,599
Additions	1,515	47,748	497	41,730	5,535	10,477	38,887	1,242	91,237	238,868
Disposals	-	(573)	(1)	(1,652)	(137)	(24)	(2,524)	(286)	(149)	(5,346)
Transfers	21	29,955	-	20,707	2,031	3,996	166	49	(56,925)	-
Impairment loss	-	-	-	-	-	-	(1,697)	-	(2,106)	(3,803)
Translation difference	11	6,668	1,043	2,615	464	980	2,110	101	1,086	15,078
At 31 December 2018	4,363	670,095	78,376	332,493	51,387	105,540	235,845	9,803	146,694	1,634,396
<i>Accumulated depreciation:</i>										
At 1 January 2018	-	-	-	-	-	-	-	6,497	-	6,497
Depreciation charge for the year	-	24,090	5,596	35,511	6,838	5,960	53,720	1,134	-	132,849
Elimination upon disposal	-	(154)	-	(186)	(22)	(5)	(643)	(245)	-	(1,255)
Transfers	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Translation difference	-	(21)	(98)	(621)	(120)	(104)	(933)	(328)	-	(2,225)
At 31 December 2018	-	23,915	5,498	34,704	6,696	5,851	52,144	7,058	-	135,866
<i>Net book value</i>										
At 1 January 2018	2,816	586,297	76,837	269,093	43,494	90,111	198,903	2,200	113,351	1,383,102
At 31 December 2018	4,363	646,180	72,878	297,789	44,691	99,689	183,701	2,745	146,694	1,498,530

* Other fixed assets include beaver plants, office furniture and equipment.

Додаток 3

ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018 (in thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

15. BIOLOGICAL ASSETS (CONTINUED)

Biological assets of the Group are measured at fair value within Level 3 of the fair value hierarchy, except for cattle and pigs that can be measured based on market prices of livestock of a similar age, breed and genetic merit, and which are therefore measured at fair value within Level 2 of the fair value hierarchy. There were no transfers between any levels during the year.

The following unobservable inputs were used to measure biological assets:

Description	Fair value as of 31 December 2018	Fair value as of 31 December 2017	Valuation technique(s)	Unobservable inputs	Range of unobservable	Range of	Relationship of unobservable inputs to fair value
					Inputs (average) 2018	unobservable inputs (average) 2017	
Crops in fields	37,416	20,623	Discounted cash flows	Crops yield – tonnes per hectare	USD 3.5 – 61 (4.9)	USD 3.3 – 6.0 (5.0)	The higher the crops yield, the higher the fair value
				Crops price – per tonne	USD 160 – 380 (253)	USD 118 – 362 (209)	The higher the market price, the higher the fair value
Breeders held for hatchery eggs production	66,509	55,716	Discounted cash flows	Discount rate	18.0%	18.1%	The higher the discount rate, the lower the fair value
				Number of hatchery eggs produced by one breeder	165	160	The higher the number, the higher the fair value
Broiler chickens	64,519	54,207	Cash flows	Hatchery egg price – per egg	USD 0.25	USD 0.25	The higher the market price, the higher the fair value
				Discount rate	15.7%	12.7%	The higher the discount rate, the lower the fair value
Milk cows	19,953	17,923	Discounted cash flows	Average weight of one broiler – kg	2.33	2.34	The higher the weight, the higher the fair value
				Poultry meat price – per kg	UAN 30.36	UAN 29.35	The higher the market price, the higher the fair value
Milk cows	19,953	17,923	Discounted cash flows	Daily milk yield – litre per cow	15.89 – 19.76 (18.55)	16.80 – 17.55 (17.12)	The higher the milk yield, the higher the fair value
				Weight of the cow – kg per cow	523 – 567 (548)	521 – 559 (544)	The higher the weight, the higher the fair value
				Milk price – per litre	UAN 7.62 – 8.68 (7.93)	UAN 7.32 – 8.11 (7.55)	The higher the market price, the higher the fair value
				Meat price – per kg	UAN 18.69 – 24.22 (22.81)	UAN 22.27 – 25.96 (24.41)	The higher the market price, the higher the fair value
				Discount rate	15.7%	12.7%	The higher the discount rate, the lower the fair value

If the above unobservable inputs to the valuation model were 10% higher/lower while all the other variables were held constant, the carrying amount of the current and non-current biological assets would increase/decrease by USD 71,964 thousand (2017: USD 42,440 thousand) and USD 64,758 thousand (2017: USD 39,612 thousand), respectively.

Додаток И

ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED 31 DECEMBER 2018

(In thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

19. TRADE ACCOUNTS RECEIVABLE, NET (CONTINUED)

The following table shows the movement in lifetime ECL that has been recognised for trade and other accounts receivable in accordance with the simplified approach set out in IFRS 9. Note that Management considered that it would take undue cost and effort to determine whether the credit risk for trade and other **receivables** has increased significantly for amounts recognised prior to IFRS 9 adoption therefore comparative information has not been presented.

	Collectively assessed	Individually assessed
31 December 2017	453	3,790
Additional loss allowance under IFRS 9	-	6,390
01 January 2018	453	10,180
Charged/(reversed) during the year	1,939	(191)
31 December 2018	2,392	9,989

20. OTHER CURRENT ASSETS

The balances of other current assets, net were as follows as of 31 December 2018 and 2017:

	2018	2017
Financial assets at amortised cost		
Loans and finance aid receivable from related parties (Note 28)	5,950	3,182
Other financial assets	1,409	1,222
Non-financial instruments		
Prepayments to suppliers	19,106	14,889
Other non-financial instruments	6,393	6,034
	32,858	25,327

21. CASH AND CASH EQUIVALENTS

The balances of cash and cash equivalents were as follows as of 31 December 2018 and 2017:

	2018	2017
Cash on hand and with banks	211,768	125,536
UAN short-term deposits with banks	-	18
	211,768	125,554

In accordance with the international rating agency of Moody's, credit ratings of the banks with which the Group had the accounts opened as of 31 December were as follows:

	2018	2017
International banks with Aa3 rating	158,784	86,688
Ukrainian subsidiaries of international banks without international ratings	37,008	26,199
Ukrainian state owned bank with Caot	9,296	5,344
Foreign banks without ratings	6,680	7,323
	211,768	125,554

22. SHAREHOLDERS' EQUITY

Share capital

As of 31 December 2018 and 2017 the authorized, issued and fully paid share capital of MHP SE comprised the following number of shares:

	2018	2017
Number of shares issued and fully paid	110,770,000	110,770,000
Number of shares outstanding	107,038,208	106,781,794

The authorized share capital as of 31 December 2018 and 2017 was EUR 221,540 thousand represented by 110,770,000 shares with par value of EUR 2 each.

All shares have equal voting rights and rights to receive dividends, which are payable at the discretion of the Group.

Додаток І
Баланс (Звіт про фінансовий стан) на
"31" грудня 2017 р.

CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME
for the year ended 31 December 2017
(in thousands of US dollars unless otherwise indicated)

Continuing operations	Notes	2017	2016 (Restated Note 3)
Revenue	6	1,287,752	1,135,462
Net change in fair value of biological assets and agricultural produce	5	21,001	38,894
Cost of sales	7	(912,844)	(828,750)
Gross profit		395,909	345,606
Selling, general and administrative expenses	8	(79,239)	(62,273)
VAT refunds and other government grants income	9	52,605	34,056
Other operating expenses, net		(3,912)	(1,125)
Impairment of property, plant and equipment	12	(3,607)	(1,443)
Operating profit		361,756	314,821
Finance income		3,472	2,234
Finance costs	10	(108,399)	(106,843)
Foreign exchange loss, net	31	(35,615)	(145,217)
Other expenses, net		(8,077)	(9,289)
Other expenses, net		(148,619)	(259,115)
Profit before tax		213,137	55,706
Income tax benefit	11	17,118	13,080
Profit for the period from continuing operations		230,255	68,786
DISCONTINUED OPERATIONS			
Loss for the period from discontinued operations	2	(25,864)	(9,538)
Profit for the period		204,391	59,248

The accompanying notes on the pages 97 to 153 form an integral part of these consolidated financial statements

Додаток І
Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік
ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

as of 31 December 2017

(in thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

	Notes	31 December 2017	31 December 2016
ASSETS			
Non-current assets			
Property, plant and equipment	12	1,383,102	1,180,334
Land lease rights	13	45,410	43,845
Deferred tax assets	11	121	1,561
Non-current biological assets	14	20,405	14,558
Long-term bank deposits		2,524	577
Other non-current assets		24,817	13,554
		1,476,379	1,254,429
CURRENT ASSETS			
Inventories	15	226,368	187,332
Biological assets	14	141,028	116,214
Agricultural produce	16	183,407	167,389
Other current assets, net		25,327	25,424
Taxes recoverable and prepaid	17	37,767	31,235
Trade accounts receivable, net	18	62,305	50,868
Cash and cash equivalents	19	125,554	154,570
Assets classified as held for sale	20	-	88,396
		801,756	821,428
TOTAL ASSETS		2,278,135	2,075,857
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Share capital	21	284,505	284,505
Treasury shares		(48,503)	(48,503)
Additional paid-in capital		175,291	175,291
Revaluation reserve	12	661,454	570,649
Retained earnings		925,978	719,340
Translation reserve		(1,030,159)	(1,024,916)

Notes 31 December 2017 31 December 2016

	Notes	31 December 2017	31 December 2016
Equity attributable to equity holders of the Parent			
Non-controlling interests	22	17,141	16,698
Total equity		968,566	676,366
NON-CURRENT LIABILITIES			
Bank borrowings	23	138,817	259,567
Bonds issued	24	970,088	725,361
Finance lease obligations	25	7,410	5,581
Deferred tax liabilities	11	23,730	11,264
		1,140,045	1,001,773
CURRENT LIABILITIES			
Trade accounts payable		43,175	46,508
Other current liabilities	26	50,296	61,766
Bank borrowings	23	36,917	236,807
Accrued interest	23, 24	17,955	22,731
Finance lease obligations	25	4,040	8,044
Liabilities directly associated with assets classified as held for sale	20	-	5,164
		152,383	381,020
TOTAL LIABILITIES		1,292,428	1,382,793
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		2,278,135	2,075,857

On behalf of the Board:

Chief Executive Officer

Yurij Kosyuk

Chief Financial Officer

Viktoriya Karpyukhina

The accompanying notes on the pages 97 to 153 form an integral part of these consolidated financial statements

Додаток Й
ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ
ОСНОВНІ ЗАСОБИ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

for the year ended 31 December 2017

(in thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

12. PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT

The following table represents movements in property, plant and equipment for the year ended 31 December 2017:

	Land	Buildings and structures	Grain storage facilities	Production machinery	Auxiliary and other machinery	Utilities and infrastructure	Vehicles and agricultural machinery	Other fixed assets ¹⁾	Construction in progress	Total
<i>Cost or fair value:</i>										
At 1 January 2017	1,217	518,152	85,267	264,939	41,529	80,030	218,741	7,548	59,401	1,276,824
Additions	1,661	13,783	1,066	7,054	2,315	2,446	23,748	1,415	72,148	125,636
Disposals	–	(507)	(41)	(664)	(44)	(4)	(3,846)	(125)	–	(5,231)
Transfers	66	7,828	7,540	9,629	(6,317)	(2,460)	(3,208)	178	(13,256)	–
Revaluations	–	65,164	(13,733)	(1,785)	7,850	12,686	(27,785)	–	–	42,397
Impairment loss recognised	–	(885)	(158)	(775)	(797)	(94)	(898)	–	–	(3,607)
Translation difference	(128)	(17,238)	(3,104)	(9,305)	(1,042)	(2,493)	(7,849)	(319)	(4,942)	(46,420)
At 31 December 2017	2,816	586,297	76,837	269,093	43,494	90,111	198,903	8,697	113,351	1,389,599
<i>Accumulated depreciation:</i>										
At 1 January 2017	–	9,181	4,417	39,774	2,290	1,794	33,543	5,491	–	96,490
Depreciation charge for the year	–	14,265	6,025	23,566	4,370	2,720	37,099	1,273	–	89,318
Elimination upon disposal	–	(58)	(6)	(1,659)	(66)	(2)	(3,037)	(122)	–	(4,950)
Eliminated on revaluation	–	(22,270)	(9,982)	(59,451)	(6,134)	(4,312)	(65,191)	–	–	(167,340)
Transfers	–	–	–	(5)	3	–	2	–	–	–
Translation difference	–	(1,118)	(454)	(2,225)	(463)	(200)	(2,416)	(145)	–	(7,021)
At 31 December 2017	–	–	–	–	–	–	–	6,497	–	6,497
<i>Net book value</i>										
At 1 January 2017	1,217	508,971	80,850	225,165	39,239	78,236	185,198	2,057	59,401	1,180,334
At 31 December 2017	2,816	586,297	76,837	269,093	43,494	90,111	198,903	2,200	113,351	1,383,102

1) Other fixed assets include beaver plants, office furniture and equipment.

Додаток К

ПРИМІТКИ ДО КОНСОЛІДОВАНИХ ФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ за 2019 рік

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

for the year ended 31 December 2017

(in thousands of US dollars, unless otherwise indicated)

14. BIOLOGICAL ASSETS (continued)

Biological assets of the Group are measured at fair value within Level 3 of the fair value hierarchy, except for cattle and pigs that can be measured based on market prices of livestock of a similar age, breed and genetic merit, and which are therefore measured at fair value within Level 2 of the fair value hierarchy. There were no transfers between any levels during the year.

The following unobservable inputs were used to measure biological assets:

Description	Fair value	Fair value	Valuation technique(s)	Unobservable inputs	Range of	Range of	Relationship of unobservable inputs to fair value
	as at 31 December 2017	as at 31 December 2016			unobservable inputs 2017 (average)	unobservable inputs 2016 (average)	
Crops in fields	20,623	20,977	Discounted cash flows	Crops yield – tonnes per hectare	3.3–6.0 (5.0)	3.3–6.2 (5.2)	The higher the crops yield, the higher the fair value
				Crops price – per tonne	USD 118–362 (209)	USD 101–341 (185)	The higher the market price, the higher the fair value
				Discount rate	18.1%	21.4%	The higher the discount rate, the lower the fair value
Breeders held for hatchery eggs production	55,716	46,483	Discounted cash flows	Number of hatchery eggs produced by one breeder	160	165	The higher the number, the higher the fair value
				Hatchery egg price – per egg	USD 0.25	USD 0.20	The higher the market price, the higher the fair value
				Discount rate	12.7%	14.9%	The higher the discount rate, the lower the fair value
				Average weight of one broiler – kg	2.34	2.4	The higher the weight, the higher the fair value
Broiler chickens	54,207	40,558	Discounted cash flows	Poultry meat price – per kg	UAN 8.1–38.44 (29.35)	UAN 6.7–35.6 (23.59)	The higher the market price, the higher the fair value
				Daily milk yield – litre per cow	16.80–17.55 (17.12)	13.12–20.58 (18.13)	The higher the milk yield, the higher the fair value
				Weight of the cow – kg per cow	521–559 (544)	514–545 (531)	The higher the weight, the higher the fair value
Milk cows	17,923	12,532	Discounted cash flows	Milk price – per litre	UAN 7.32–8.11 (7.55)	UAN 5.36–6.17 (5.83)	The higher the market price, the higher the fair value
				Meat price – per kg	UAN 22.27–25.96 (24.41)	UAN 13.55–18.88 (17.10)	The higher the market price, the higher the fair value
				Discount rate	12.7%	14.9%	The higher the discount rate, the lower the fair value

If the above unobservable inputs to the valuation model were 10% higher/lower while all the other variables were held constant, the carrying amount of the current and non-current biological assets would increase /decrease by USD 42,440 thousand and USD 39,612 thousand, respectively.