

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-61>

УДК 311.4

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

STATISTICAL EVALUATION OF THE ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

Галіцина Ольга Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0560-755X>

Воленчук Наталія Анатоліївна

кандидат економічних наук, старший дослідник,
заступник директора з наукової роботи
Донецької державної сільськогосподарської дослідної станції
Національної академії аграрних наук України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2769-2302>

Galitsyna Olga

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Volenshchuk NataliiaDonetsk State Agricultural Science Station
of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

Стаття присвячена економічному аналізу діяльності підприємства, на прикладі ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт». Для дослідження використано статистичну звітність підприємства агропромислового сектору – ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт», що виступало абсолютним лідером на ринку з 2017 по 2020 роки. Визначено основних конкурентів досліджуваного підприємства: ТОВ «Катеринославський Елеватор»; ТОВ «Вінницька Птахофабрика»; ТОВ СП «Нібулон». Проведено аналіз товарних груп компанії. Більше 50% загального обсягу прибутку компанії приносить саме товарна група «курятини та пов'язані операції переробки». Сформовано портфель продукції компанії. Досліджено співвідношення експорту та імпорту підприємства (підприємство є експортноорієнтованим). Проведений аналіз показав, що частка компанії на національному ринку курятини є найбільшою. З'ясовано роль компанії у формуванні експорту курятини за кордон. Досліджено частку підприємства в загальному обсязі експортованої продукції. Компанія фактично контролює абсолютно весь потік експорту курятини за кордон. Досліджено показники динаміки дотаційної підтримки з боку держави та обсяги дивідендів, які підприємство повертає до держави. Спостерігається стабільна фінансова підтримка підприємства з боку держави. За проаналізований період з 2017 по 2022 рік чистий прибуток компанії у середньому складає 6,2% від загального обсягу обороту капіталу. Встановлено, що підприємство має стабільний рівень економічної безпеки.

Ключові слова: динаміка, структура, статистико-економічний аналіз, експорт, статистична звітність.

The article is devoted to the economic analysis of the company's activity, using the example of PrJSC "Myronivskiy Khliboproduct". Statistical reporting of the enterprise of the agro-industrial sector – PJSC "Myronivskiy Hliboproduct", which was the absolute leader in the market from 2017 to 2020, was used for the research. The main competitors of the investigated enterprise were determined: LLC "Katerinoslavsky Elevator"; Vinnytsia Poultry Factory LLC; JV "Nibulon" LLC. An analysis of the company's product groups was carried out. More than 50% of the company's total profit comes from the "chicken and related processing operations" product group. The priority direction of the company's activity has been identified and the group of products on which the company is most focused has been determined. The company's product portfolio has been formed. It was determined that the company's policy is aimed at covering all spheres of activity in agribusiness, raising product standards to a level that will be higher than European competitors. The ratio of export and import of the enterprise was studied (the enterprise is export-oriented). The conducted analysis showed that the company's share in the national chicken market

is the largest. The role of the company in shaping the export of chicken abroad is clarified. The share of the enterprise in the total volume of exported products was studied. The company actually controls the entire flow of chicken exports abroad. The indicators of the dynamics of subsidy support from the state and the amount of dividends that the company returns to the state were studied. Stable financial support of the enterprise from the state is observed. The enterprise is a priority object for state support in the agricultural sector. For the analyzed period from 2017 to 2022, the company's net profit on average is 6.2% of the total volume of capital turnover. It has been studied that among competitors (agribusiness enterprises), the company is the most liquid, having the best ratio of turnover to net profit. It was established that the enterprise has a stable level of economic security.

Keywords: statistical assessment, economic security, export, statistical reporting.

Постановка проблеми. Оскільки підприємства (незалежно від форми власності) є основою ринкової економіки, то розвивати економічний аналіз необхідно насамперед на мікрорівні, тобто на рівні окремих підприємств в умовах ринкової економіки. Аналіз на мікрорівні наповнюється цілком конкретним змістом, пов'язаним з повсякденною фінансово-господарською діяльністю підприємства, його колективу, менеджерів і власників. Важливу роль у здійсненні цієї роботи відіграє статистико-економічний аналіз діяльності суб'єкта господарювання. Він допомагає розробляти стратегію і тактику розвитку підприємства, обґрунтовувати планові та управлінські рішення, контролювати їх виконання, виявляти резерви підвищення ефективності виробництва, оцінювати результати діяльності підприємства, його підрозділів і працівників та визначати рівень економічної безпеки.

Сучасний етап розвитку української економіки характеризується динамічністю та невизначеністю в усіх секторах, що є основною перешкодою для сталого розвитку вітчизняних підприємств. Вітчизняні підприємства працюють в умовах невизначеності та непередбачуваності й стикаються з низкою загроз для свого бізнесу, що змушує їх шукати шляхи мінімізації загроз для своєї господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питання оцінювання економічної діяльності підприємства присвятили свої роботи такі вчені: Семенда Д. К. [8], Семенда О. В. [8], Петрук Т. Ю. [8], Кірічок К.М. [3], Кухарук А. Д. [3], Щаслива Г. П. [10], Даньків Й. Я. [2], Макарович В. К. [2], Мороз О. В. [5], Карачина Н. П. [5], Острий І. Ф. [5], Куценко О. І. [4], Чуприна О. А. [4], Володарський Є. Т. [1], Полякова О. Ю. [6], Гольяєва Л. А. [6] та інші.

Формулювання цілей статті. Зробити статистико-економічний аналіз діяльності підприємства на прикладі підприємства агропромислового комплексу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринкове середовище породжує

низку серйозних соціально-економічних проблем, що вимагають нагальної розробки нових систем, методів, прийомів, способів та інших інструментів управління, спрямованих на підвищення їх ефективності та вдосконалення існуючих. У зв'язку з цим статистико-економічний аналіз відіграє важливу роль у формуванні інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень. Аналітичне обґрунтування управлінських рішень допомагає суб'єктам господарювання досягти максимально можливих економічних результатів за умови оптимального використання всіх видів ресурсів. Неможливо оцінити економічну ефективність діяльності суб'єкта господарювання за допомогою лише одного показника. Не існує універсального показника, за яким можна було б однозначно визначити успіх чи невдачу бізнесу. Тому на практиці завжди використовується система показників, які взаємопов'язані між собою і які оцінюють різні сфери діяльності підприємства. Економічні показники – це система числових характеристик, які використовуються в аналізі, обліку та плануванні всіх сфер господарської діяльності. Отримані дані дозволяють охарактеризувати кінцевий результат роботи підприємства; дослідити проміжні результати роботи підприємства; показують динаміку економічного явища або процесу.

Обрана для аналізу компанія «Миронівський хлібопродукт» є одним з найбільших агропромислових холдингів в Україні, який горизонтально інтегрує власне виробництво та виробляє і реалізує різні товарні групи продуктів харчування в аграрному секторі. Експерти оцінюють підприємство як другого гравця на ринку, майже лідера у всіх галузях. Для визначення, наскільки ефективно компанія проводить власну діяльність щодо конкурентів, було проведено аналіз прибутковості по основних гравцях на ринку, для виявлення найбільш ефективного підприємства (рис. 1).

За рівнем прибутковості ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» виступає абсолютним лідером з 2017 по 2020 рр., а у 2021–2022 рр.

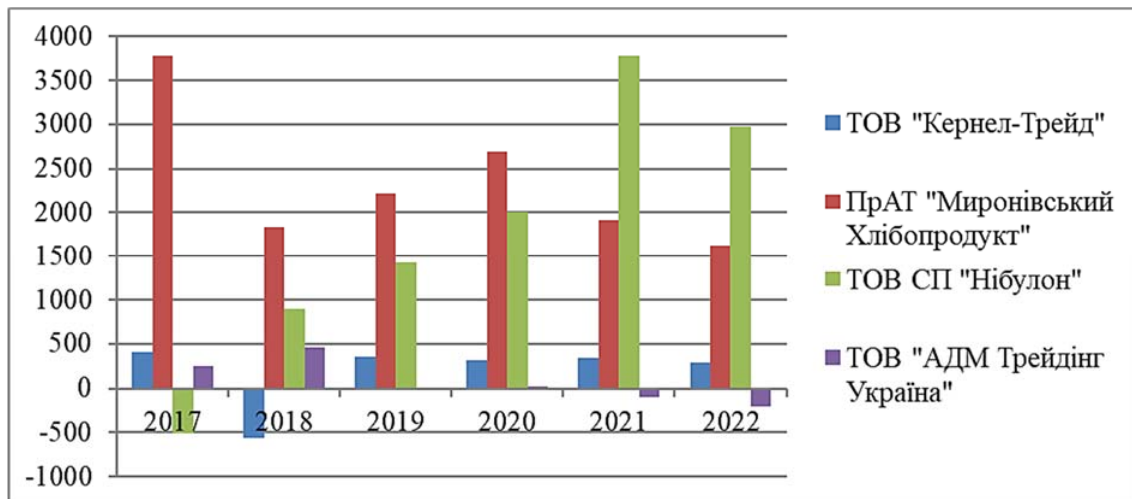


Рис. 1. Динаміка прибутковості підприємств агробізнесу України, 2017–2022 рр., млн грн

Джерело: складено авторами на основі звітності підприємств

лідуючі позиції займає ТОВ СП «Нібулон». Варто відзначити, що за аналізований період з 2017 по 2022 рік компанія не зазнала збитків у жодному звітному році, хоча динаміка прибутковості різко знижувалась. Це свідчить про ефективну маркетингову політику та своєчасну аналітику ринку, яка дає змогу керівництву компанії передбачати кризові явища на ринку та вживати відповідних заходів, якщо не по переорієнтації на отримання прибутку, то хоча б на мінімізацію витрат.

Окрім цього варто відзначити, що підприємство залучено в конкурентній боротьбі із сильними гравцями лише частково, адже компанія є агрохолдингом, але з конкретною політикою пріоритету на одну групу товарів – курятина. У власних каналах комунікації компанія позиціонує себе саме як виробник курятини високої якості, і, не дивлячись на розгалуженість напрямків діяльності підприємства, саме курятині віддається пріоритет.

Компанія організовує власну виробничу структуру по принципу горизонтальної інтеграції, об'єднуючи у єдиний технологічний процес усіх основних ланцюгів виробництва та звернення, створивши єдиний холдинг з однією інфраструктурою, з єдиними бізнес-процесами, технологіями, компетенціями, нормами якості та ціновою політикою. Найбільші потужності підприємства зосереджені в Вінницькій та Дніпропетровській областях. Агрохолдинг об'єднує в собі велику кількість різноманітних підприємств, розгалужених за своєю діяльністю – до структури компанії входять різні великі виробничі одиниці, серед яких основними за потужностями є: ТОВ «Кате-

ринославський Елеватор»; ТОВ «Вінницька Птахофабрика»; ПрАТ «Миронівська Птахофабрика»; ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» [9]. Це не усі виробничі одиниці, які залучені у діяльності підприємства: до структури компанії входить дуже багато об'єктів середнього виробничого масштабу, концентрація яких розповсюджена по всій Україні, а також наявна власна мережа фірмових роздрібних магазинів під назвою «М'ясо маркет». Але основними у формуванні загального обсягу прибутку підприємства є приведені вище 4 основні виробничі об'єкти. Оскільки компанія має дуже розгалужену діяльність, для об'єктивної оцінки виділено пріоритетний напрям діяльності підприємства та визначено групу товарів, на які компанія орієнтована найбільше. Це дозволить провести актуальну оцінку, беручи до уваги найбільш пріоритетну групу товару, як базис для формування політики компанії (рис. 2).

Отже, понад 50% загального обсягу прибутку компанії протягом досліджуваного періоду приносила саме товарна група «курятина та пов'язані операції перероблення». Другою важливою товарною групою компанії була реалізація зернових культур, формуючи у середньому 13% обсягу продажів підприємства. Варто відзначити також, що з 2018 року компанія розширила власну діяльність, ввівши нову технологічну лінію для переробки маслянистих культур, почавши виробляти рослинну олію. Окрім цього, з 2018 року була значно вдосконалена основна технологічна лінія з перероблення курятини та сам процес розділу курятини – це дозволило підняти стандарти

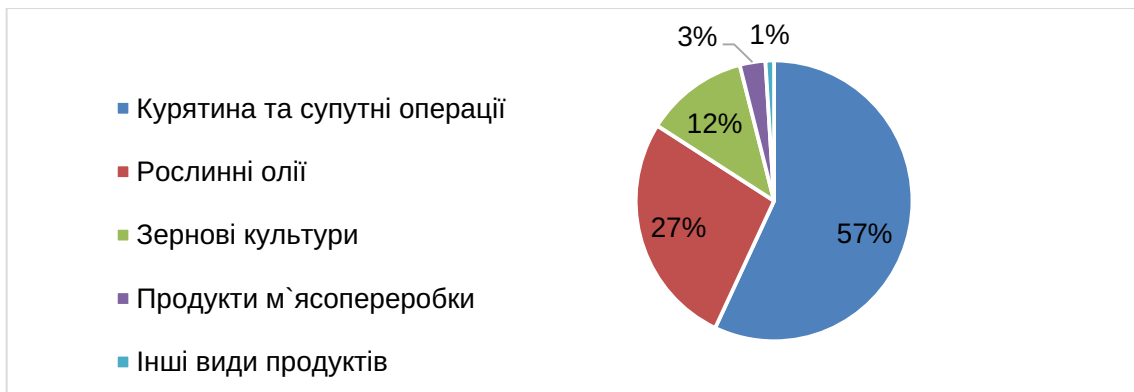


Рис. 2. Структура асортименту виготовленої продукції агрохолдингу ПрАТ «Миронівська Птахофабрика» за 2022 рік

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

якості та зберегти при обробці більшу частину субпродуктів. Після цього був реалізований механізм продажу цих субпродуктів через канали збуту компанії. Таким чином, компанія розширила власний портфель новою товарною групою «продукти перероблення». Таке розширення продуктового портфеля дало змогу збільшити обсяг прибутку та одночасно зменшити роль основної товарної групи «курятина» у формуванні загального прибутку. Це доволі раціональне рішення, адже таким чином зменшується підприємницький ризик – великий портфель продуктів дозволяє вести більш гнучку політику, розширити канали збуту, та при низьких продажах основного товару – мінімізувати видатки шляхом інших товарів підприємств.

Для достовірного аналізу діяльності підприємства необхідно сформулювати портфель продукції компанії та виокремити ті товарні позиції, які входять в кожну групу, для чіткішого розуміння структури продуктового портфеля компанії (табл. 1).

Все вище вказане, зокрема, проведений аналіз товарних груп, дає можливість зробити такий висновок: досліджувана компанія орієнтована одночасно на різні види ринків – вона охоплює як національний, так і зарубіжний ринки. Виробничі потужності підприємства дозволяють реалізувати таку стратегію, а фактична монополія на національному ринку дозволяє робити сміливі управлінські кроки. Окрім цього, з аналізу зрозуміло, що компанія продовжує стратегію диверсифікації, збільшуючи власний продуктивний портфель. Політика компанії спрямована на охоплення усіх сфер діяльності в агробізнесі, підняття стандартів продукції до рівня, який буде вище за європейських конкурентів.

Для аналізу основного вектора діяльності підприємства з'ясовано пріоритетний ринок. Це необхідно для зіставлення вихідних рекомендацій, які будуть отримані після проведення аналізу. Орієнтованість компанії на певний сектор ринку та його масштаб також надають змогу отримати додаткову інформацію про діючу стратегію підприємства (рис. 3).

Таким чином, правомірним є висновок, що підприємство є експортноорієнтованим, його політика спрямована на постійне збільшення експорту у загальному обсязі продажів підприємства. Така політика цілком закономірна – протягом досліджуваного періоду на національному ринку компанія була монополістом, контролювала більшу частку ринку, а тому для продовження розвитку їй необхідно розширювати власну діяльність.

Положення підприємства на національному ринку дозволило з'ясувати основні ризики для компанії, наскільки є раціональним та певною мірою безпечним орієнтуватись на експортну діяльність. Окрім цього, аналіз становища компанії на внутрішньому ринку дозволив виокремити основних конкурентів та визначити можливі потенційні загрози для компанії. Загальну конкурентну позицію підприємства вже було окреслено, однак особливістю ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» є те, що це агрохолдинг із чіткою орієнтацією на один механізм виробництва – вирощування та перероблення курятини. Проаналізована конкурентна позиція підприємства у цьому секторі ринку дозволяє визначити як основні критерії – частку ринку, якою володіє компанія, та обсяг продажів товарів підприємства (рис. 4).

За результатами проведеного аналізу щодо присутності підприємства на націо-

Таблиця 1

**Товарні групи підприємства ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт»,
їх структура та характеристики станом на 2022 рік**

Товарні групи	Товарні одиниці	Характеристика	Орієнтація на ринки
Курятина та супутні операції	Куряче філе	Основні потужності географічно сконцентровані у Вінницькій та Дніпропетровській областях. Найбільш ліквідний товар компанії, контролюється весь процес від вирощування до перероблення та пакування.	Все більша тенденція до експорту, повна монополізація на національному ринку
	Ціла курятина		
	Куряча гомілка; куряче стегно; куряча грудка; куряче крило		
	Яйця		
Рослинні олії	Соняшникова олія	Посівні площі для вирощування маслянистих культур сконцентровані у Вінницькій, Хмельницькій та Івано-Франківській областях. Потужності по перероблювання в олії сконцентровані у Київській, Черкаській, Вінницьких областях.	Експортна діяльність, невелика частина реалізується шляхом партнерських угод у B2B секторі
	Оливкова олія		
	Лляна олія		
	Кукурудзяна олія		
	Гірчична олія		
Зернові культури	Пшениця	Використовуються для експорту, власного забезпечення (для годування птиці) та перероблення у рослинні олії, також забезпечення національного ринку.	Експортна діяльність
	Жито		
	Овес		
	Просо		
	Ячмінь		
	Кукурудза		
	Соя		
Продукти м'ясо-переробний	Курячі субпродукти – печінка, спинка, серце, шлунок.	Внаслідок вдосконалення процесу виробництва стало можливим реалізація даної товарної категорії.	Національний ринок, реалізація через B2B сектор
Інші види продуктів	Виробництво комбікормів	Дані товарні категорії є додатковими, реалізуються в гуртових партіях при співпраці із B2B сектором. Окремо виділити слід категорію біогазу – отриману енергію використовують як для внутрішніх потреб, так і реалізують на національному ринку.	Орієнтація на внутрішній ринок із тенденцією щодо збільшення експорту
	Виробництво борошна		
	Виробництво біогазу на переробних заводах		

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

національному ринку, зроблено такий висновок: у 2022 році компанія ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» займала найбільшу частку національного ринку курятини, ставши абсолютним монополістом на ринку курятини. Основною причиною стрімкого збільшення присутності підприємства на ринку стали серйозні проблеми, а надалі банкрутство головного конкурента компанії – ООО «Агромарс», холдингової компанії, яка випускала продукцію під торгівельною маркою «Гаврилівські Курчата». На разі компанія є банкрутом, має

значні борги стосовно власних постачальників. Починаючи з 2018 року, у підприємства-конкурента почалися проблеми з органами державного управління, в результаті чого на компанію були накладені штрафні санкції, що надалі призвело до фактичної ліквідації компанії. Ліквідація конкурента дала змогу ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» значно збільшити свою присутність на ринку, адже за обсягами виробництва жоден із конкурентів не міг задовольнити того попиту на ринку, який склався внаслідок ліквідації важливого

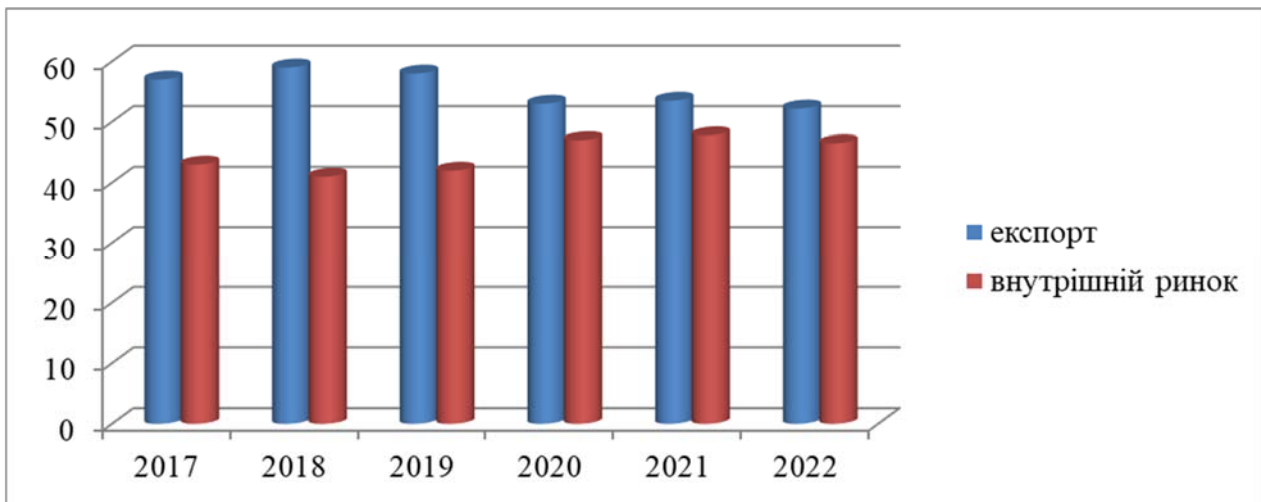


Рис. 3. Динаміка співвідношення експорту та імпорту компанії у період 2017–2022 рр., у %
 Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

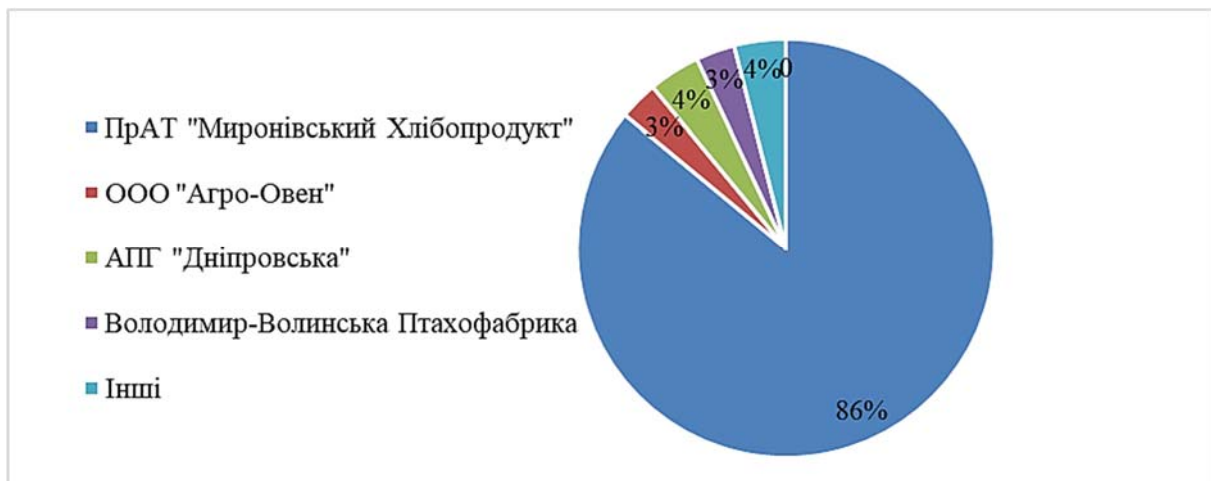


Рис. 4. Структура ринку агропродукції України за частками основних конкурентів 2022 рік, у %
 Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

гравця. Отже, з проведеного аналізу можна сказати, що загрози конкуренції на національному ринку об'єктивно не існує, саме тому компанія може проводити політику освоєння міжнародних ринків, розташовуючи власні виробничі потужності за кордоном.

Аналіз ролі компанії у формуванні експорту курятини за кордон дозволив визначити динаміку росту компанії, а також визначити, наскільки важливим стратегічним об'єктом є підприємство в рамках державних інтересів. Це дозволило виявити ступінь зацікавленості держави у подальшому розвитку компанії, розробити певні прогнози відносно зростання компанії та тенденцій щодо державної підтримки (рис. 5).

Отже, для підприємства ситуація на ринку експорту з України за кордон у 2017–2022 роках

була навіть більш оптимістичною у порівнянні із національним ринком – компанія фактично контролювала абсолютно весь потік експорту курятини за кордон, представляючи таким чином товар національного виробництва іншим країнам. У 2022 році частка експорту ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» склала 94%. Зі свого боку держава розглядає компанію як об'єкт важливих та необхідних інвестицій – підприємство є пріоритетним об'єктом для державної підтримки в агросекторі, протягом тривалого періоду часу отримуючи найбільший обсяг фінансової підтримки з боку держави в агросекторі, повертаючи дотаційні кошти у вигляді дивідендів.

Для достовірного прогнозу подальших відносин компанії з основним стейкхолдером, необхідно дослідити показники динаміки дота-

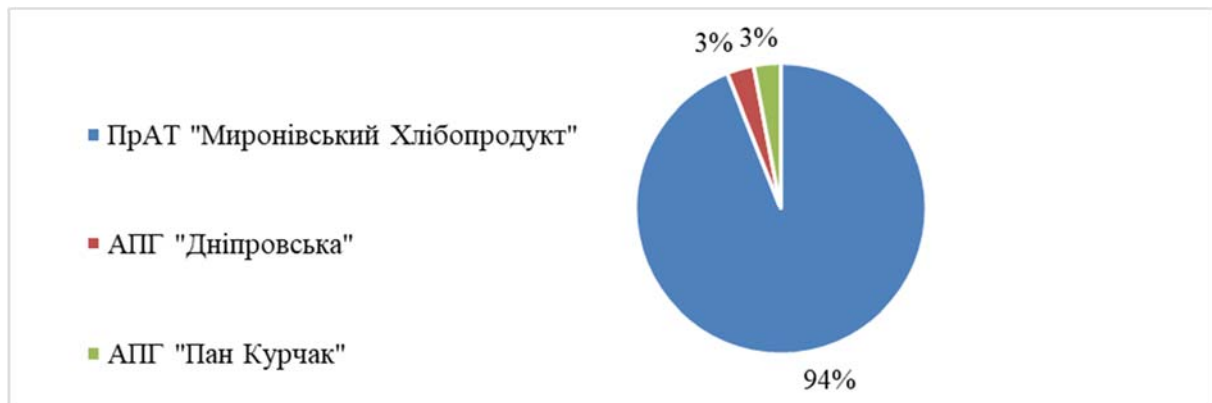


Рис. 5. Структура експорту товару агропідприємств України за 2022 рік, у %

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

ційної підтримки з боку держави та обсяги дивідендів, які підприємство повертає державі. Структура компанії побудована таким чином, що для забезпечення нормальної діяльності необхідні постійні значні фінансові інвестиції. Це пов'язано з особливостями роботи цього бізнесу – на початку посівного сезону прибутків немає, вони будуть отримані лише у 4 кварталі року, коли збираються основні обсяги врожаю, формуються запаси підприємства, активно відбувається реалізація продукції. Тому, перед початком посівного сезону, наприкінці першого кварталу або на початку другого кварталу, підприємству аграрного сектору необхідні значні капітальні інвестиції, які воно зможе повернути лише через певний проміжок часу. Саме тому держава, вбачаючи у ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» надійного економічного суб'єкта господарювання, який своєю діяльністю забезпечує одночасно загальний економічний підйом, реалізує механізм підтримки. Тому проведення аналізу державної фінансової підтримки необхідно для формування подальшої оцінки ринкових можливостей підприємства (рис. 6).

Наведені дані дозволяють спостерігати стабільну фінансову підтримку підприємства з боку держави. Компанія, своєю чергою, повертає інвестовані державою кошти у вигляді дивідендів наприкінці року, отримавши прибутки від власної діяльності. Підприємство ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» повертає державі кошти у вигляді дивідендів із 15% прибутками. Таким чином, реалізуючи механізм фінансової підтримки даного підприємства, держава є зацікавленою, адже видатки з бюджету компенсуються через певний період часу, формуючи додатковий капітал в державних фондах країни. Тому цілком раціонально

прогнозувати подальше збільшення дотаційної підтримки з боку держави.

Необхідним показником для аналізу ринкових можливостей підприємства є співвідношення чистого прибутку до оборотного капіталу. Якщо виторг характеризує обсяг діяльності підприємства та масштаб діяльності компанії, то чистий прибуток характеризує ефективність механізмів ведення підприємницької діяльності на підприємстві, виступає основним показником, наскільки підприємство насправді є рентабельним. Даний показник є вкрай важливим для підприємств великого масштабу, де оборотний капітал є великим за обсягом, а тому буває складно повноцінно та раціонально оцінити ефективність діяльності підприємства. За результатами аналізу виявлено тенденцію відносно обсягів чистого прибутку (зменшились на 57%) та виручки (збільшилась на 2,7%) підприємства та його подальших можливостей розвитку (рис. 7).

З проведеного аналізу стає зрозуміло, що діяльність ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» потребує прискорення обороту капіталу, при цьому бізнес не є високо маржинальним – від загального обсягу обороту капіталу отримується не більше 10% чистого прибутку. За аналізований період з 2017 по 2022 рік чистий прибуток компанії у середньому складає 6,2% від загального обсягу обороту капіталу. Така тенденція спричинена військовим конфліктом між Росією та Україною, вимкненням електроенергії, що ускладнювало зберігання продуктів. Зокрема слід зазначити, що серед конкурентів (підприємств агробізнесу) компанія є найбільш ліквідною, маючи найкраще співвідношення обсягів виторгу до чистого прибутку, ставши єдиною компанією серед

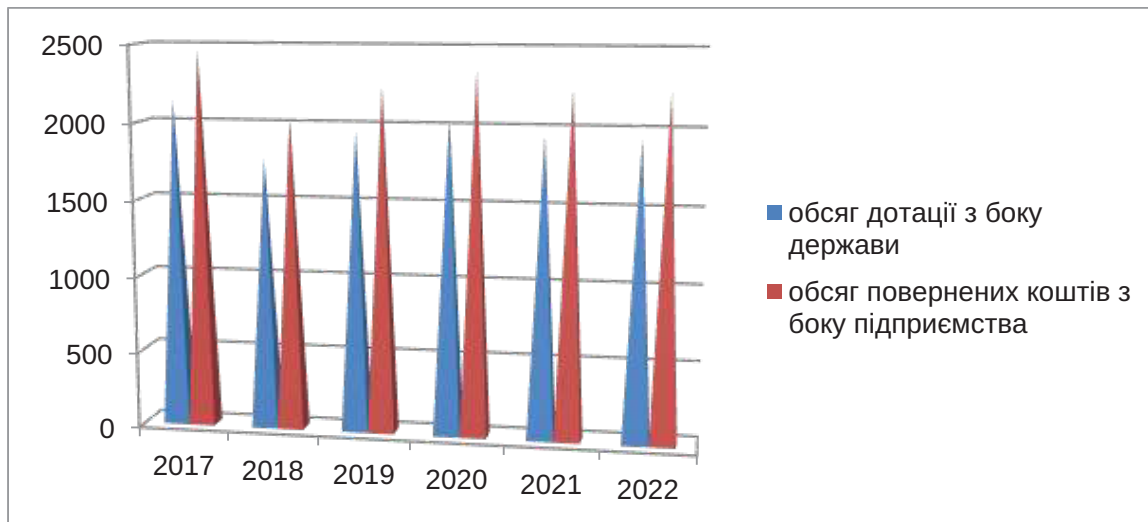


Рис. 6. Динаміка державної підтримки компанії у період 2017–2022 рр., у млн грн

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

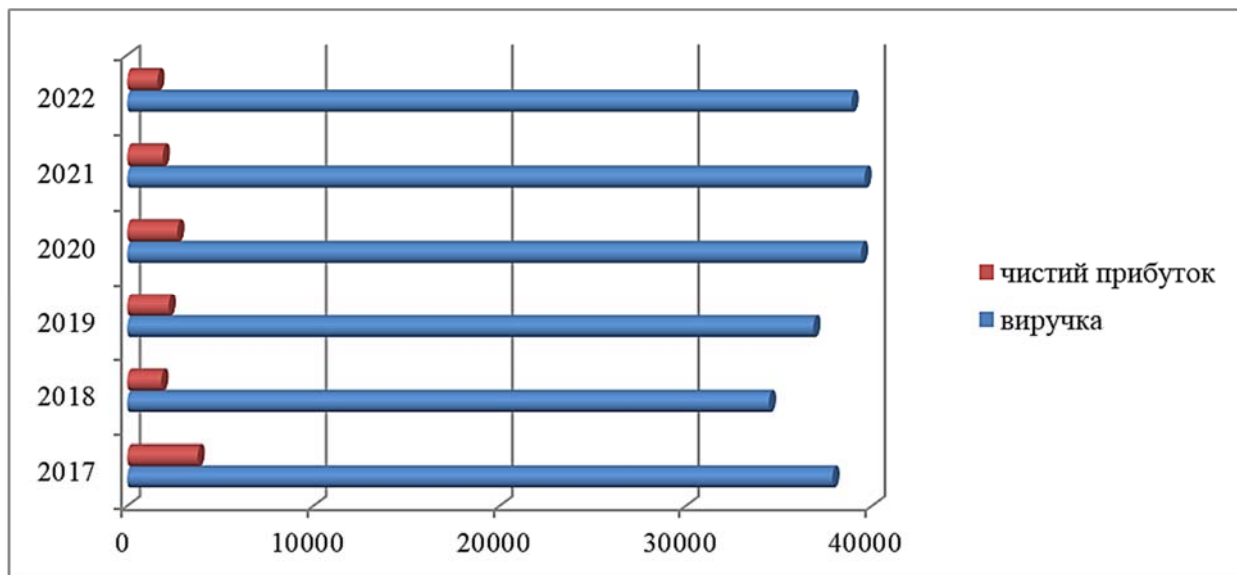


Рис. 7. Динаміка чистого прибутку та виручки компанії у період 2017–2022 рр., у млн грн

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства

великих агрохолдингів, яка за аналізований період з 2017 по 2022 рік не зазнала збитків, а обмежилась лише падінням обсягів прибутку. Такі тенденції свідчать про ефективно налагоджений механізм прийняття управлінських рішень, чітко розроблений маркетинговий план, який враховує актуальну ситуацію на ринку, завдяки чому підприємство великого масштабу встигає скорегувати свою діяльність згідно тенденцій ринку. З початком повномасштабного вторгнення спостерігається зменшення обсягу прибутку на 57%, що є негативним показником.

Висновки. За проведеним аналізом діяльності підприємства можемо зробити висновок, що ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» характеризується стабільним економічним розвитком, хоча і працює в умовах війни. З точки зору фінансової складової, компанія постійно отримує підтримку держави, самостійно накопичує запаси і несе витрати. Діяльність підприємства на сільськогосподарському ринку відображає ступінь відповідності внутрішніх можливостей підприємства зовнішнім вимогам до його діяльності, що сприймаються ринком (незалежно від

того, чи користується продукція, роботи та послуги підприємства попитом на ринку). Про покращення стану розвитку підприємства за ринковою складовою свідчить збільшення

частки підприємства на відповідному ринку, посилення його конкурентних позицій та підвищення адаптивності підприємства до ринкових змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Володарський Є. Т. Застосування статистичного підходу до оцінювання результативності процесів для їх постійного поліпшення. *Метрологія та прилади*. 2018. № 2. С. 36–39.
2. Даньків Й. Я., Макарович В. К. Ефективність діяльності підприємства: аналітичні аспекти. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2017. № 6. С. 30–40.
3. Кіричок К. М., Кухарук А. Д. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності агропромислового комплексу України. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2019. № 13.
4. Кущенко О. І., Чуприна О. А. Аналітичні можливості статистики. Економічний потенціал країни: наукові підходи та практика реалізації: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 2 березня 2019 р.) / відп. за випуск докт. екон. наук, проф. С. О. Якубовський. Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2019. С. 123–126.
5. Мороз О. В., Карачина Н. П., Острий І. Ф. Сутність та перспективи дослідження економічної поведінки підприємств. *Економіка та держава*. 2017. № 4. С. 16–20.
6. Полякова О. Ю., Гольцяєва Л. А. Методи багатовимірного статистичного аналізу як інструмент реалізації механізму вибору репрезентативних показників. *Бізнес Інформ*. 2012. № 6. С. 92–96.
7. Савицька О. М., Салабай В. О. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень. *Ефективна економіка: Електронне наукове фахове видання*. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf.
8. Семенда Д. К., Семенда О. В., Петрук Т. Ю. Економічні аспекти функціонування сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2018. № 10. С. 106–116.
9. Структура компанії ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт». URL: [https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu/struktura-kompaniiu](https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu/struktura-kompanii).
10. Щаслива Г. П. Підвищення ефективності діяльності підприємств аграрної сфери на інноваційній основі. *Ефективна економіка: Електронне наукове фахове видання*. 2015. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3796>.

REFERENCES:

1. Volodarskyi Ye. T. (2018) Zastosuvannia statystychnoho pidkhodu do otsiniuvannia rezultatyvnosti protsesiv dlia yikh postiinoho polipshennia [Application of a statistical approach to evaluating the effectiveness of processes for their continuous improvement]. *Metrolohiia ta prylyady*, no. 2, pp. 36–39. (in Ukrainian)
2. Dan'kiv Y. Y., Makarovych V. K. (2017) Efektyvnist' diyal'nosti pidpryyemstva: analitychni aspekty [Enterprise performance: analytical aspects]. *Bukhhalters'kyi oblik i audytu* [Accounting and audit], no. 6, pp. 30–40. (in Ukrainian)
3. Kirichok K. M., Kukharuk A. D. (2019) Analiz zovnishnyoekonomichnoi diialnosti ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy [Analysis of Foreign Economic Activity of Agroindustrial Complex of Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 13. (in Ukrainian)
4. Kushchenko O. I., Chupryna O. A. (2019) Analytical possibilities of statistics. Ekonomichniy potentsial krainy: naukovy pidkhody ta praktyka realizatsii : materialy vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Odessa: ONU imeni I. I. Mechnykova, pp. 123–126. (in Ukrainian)
5. Moroz O. V., Karachyna N. P., Ostryi I. F. (2017) Contemporary and perspective researches of enterprises economic behavior. *Ekonomika ta derzhava*, no. 4, pp. 16–20. (in Ukrainian)
6. Poliakova O. Yu., Holtiaieva L. A. (2012) Metody bahatovymirnoho statystychnoho analizu yak instrument realizatsii mekhanizmu vyboru reprezentatyvnykh pokaznykiv [Methods of multivariate statistical analysis as a tool for implementing the mechanism for selecting representative indicators]. *Biznes Inform*, no. 6, pp. 92–96. (in Ukrainian)
7. Savytska O. M., Salabai V. O. (2019) Efektyvnist diialnosti ta upravlinnia pidpryyemstvom: osoblyvosti vykorystannia teorii, metodolohii ta rezultatyvnosti analitychnykh doslidzhen [Effectiveness of activity and management of the enterprise: peculiarities of the use of theory, methodology and effectiveness of analytical studies]. *Efektyvna ekonomika*, no. 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf (accessed June 23, 2023).

8. Semenda D. K., Semenda O. V., Petruk T. Yu. (2018) Ekonomichni aspekty funktsionuvannia silskohospodarskykh pidpriemstv [Economical Aspects of Agricultural Enterprises' Functioning]. *Ekonomika APK*, no. 10, pp. 106–116. (in Ukrainian)
9. Struktura kompanii PrAT «Myronivskyi Khliboprodukt» [The structure of PRIVATE JOINT-STOCK COMPANY «MHP»]. Available at: <https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu/struktura-kompanii>.
10. Shchaslyva H. P. (2015) Pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv ahrarnoi sfery na innovatsiinii osnovi [Increasing the efficiency of agricultural enterprises on an innovative basis]. *Efektivna ekonomika: Elektronne naukove fakhove vydannia*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3796>.