

Магістерська кваліфікаційна робота на
тему:

“Інновації як фактор антикризового
управління підприємствами АПК (на
прикладі приватного акціонерного
товариства “ПОДІЛЛЯ”)”

Виконав студент групи МОі-17мн
Атласевич А. С.

Метою роботи є удосконалення системи антикризового управління на підприємстві ПрАТ «ПОДІЛЛЯ» за рахунок впровадження інноваційної діяльності.

Під час виконання даної роботи постають такі основні **завдання** як:

- визначення теоретико-методичних засад поняття антикризового управління підприємством та його основних завдань;
- оцінити систему антикризового управління на підприємстві ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»;
- визначити можливі шляхи здійснення інноваційної діяльності на підприємстві ПрАТ «ПОДІЛЛЯ» в системі антикризового управління та дослідити найдоцільніший із них.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення антикризової діяльності на підприємстві на основі прийняття інноваційних рішень.

Предметом дослідження є прикладні та теоретико-методичні аспекти антикризового управління на основі інновацій на підприємстві ПрАТ «ПОДІЛЛЯ».

Наукова новизна одержаних результатів.

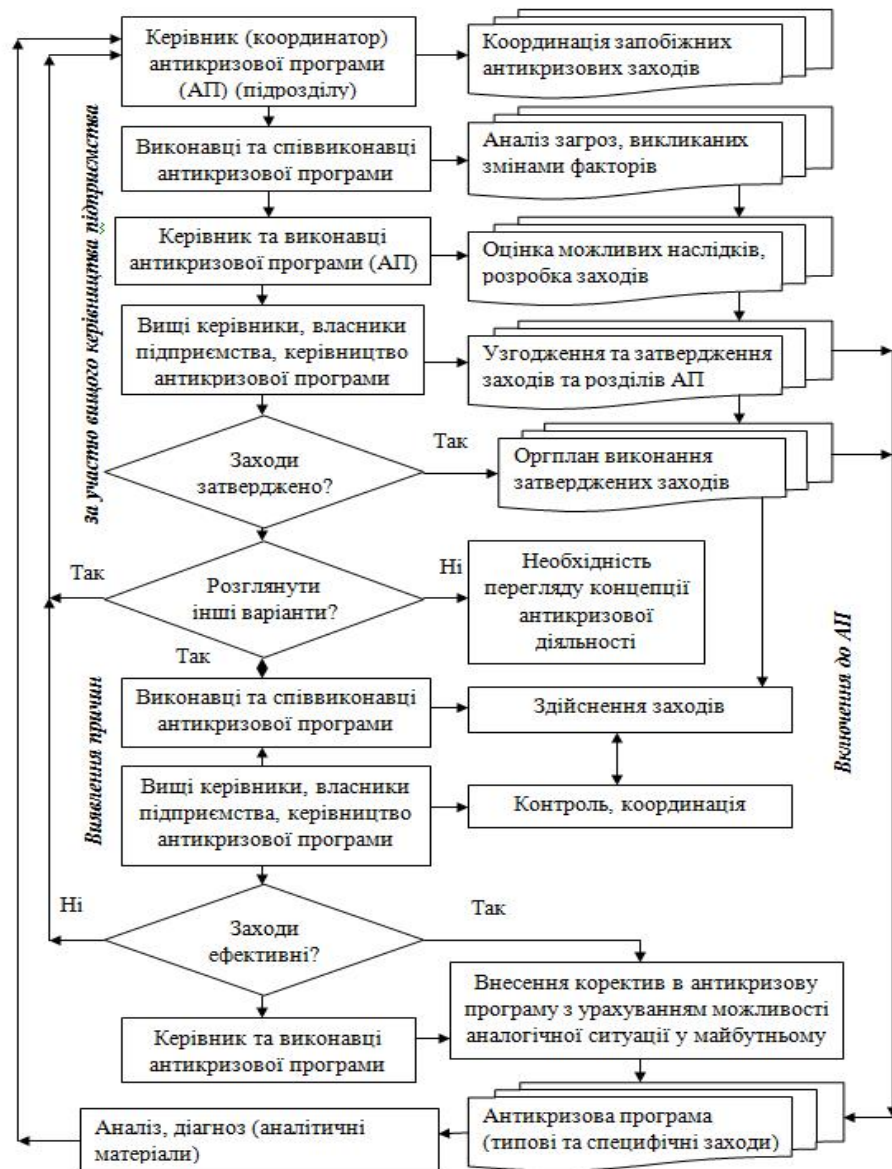
- ∞ систематизовано сучасні методи оцінювання системи антикризового управління на підприємстві;
- ∞ удосконалено систему антикризового управління на аграрних підприємствах (на прикладі ПрАТ «ПОДІЛЛЯ») за рахунок впровадження інновацій.

Антикризове управління – це спеціальне, організоване управління, що націлене на оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних умов для його своєчасного подолання, щоб забезпечити відтворення життєдіяльності окремого підприємства та не допустити виникнення його банкрутства.

Антикризове управління виконує такі завдання:

- ✧ здійснюється фінансова стабілізація підприємства;
- ✧ локалізуються кризові явища;
- ✧ недопущення банкрутства підприємства;
- ✧ виведення підприємства зі стану юридичного банкрутства;
- ✧ запобігання повторенню кризи.

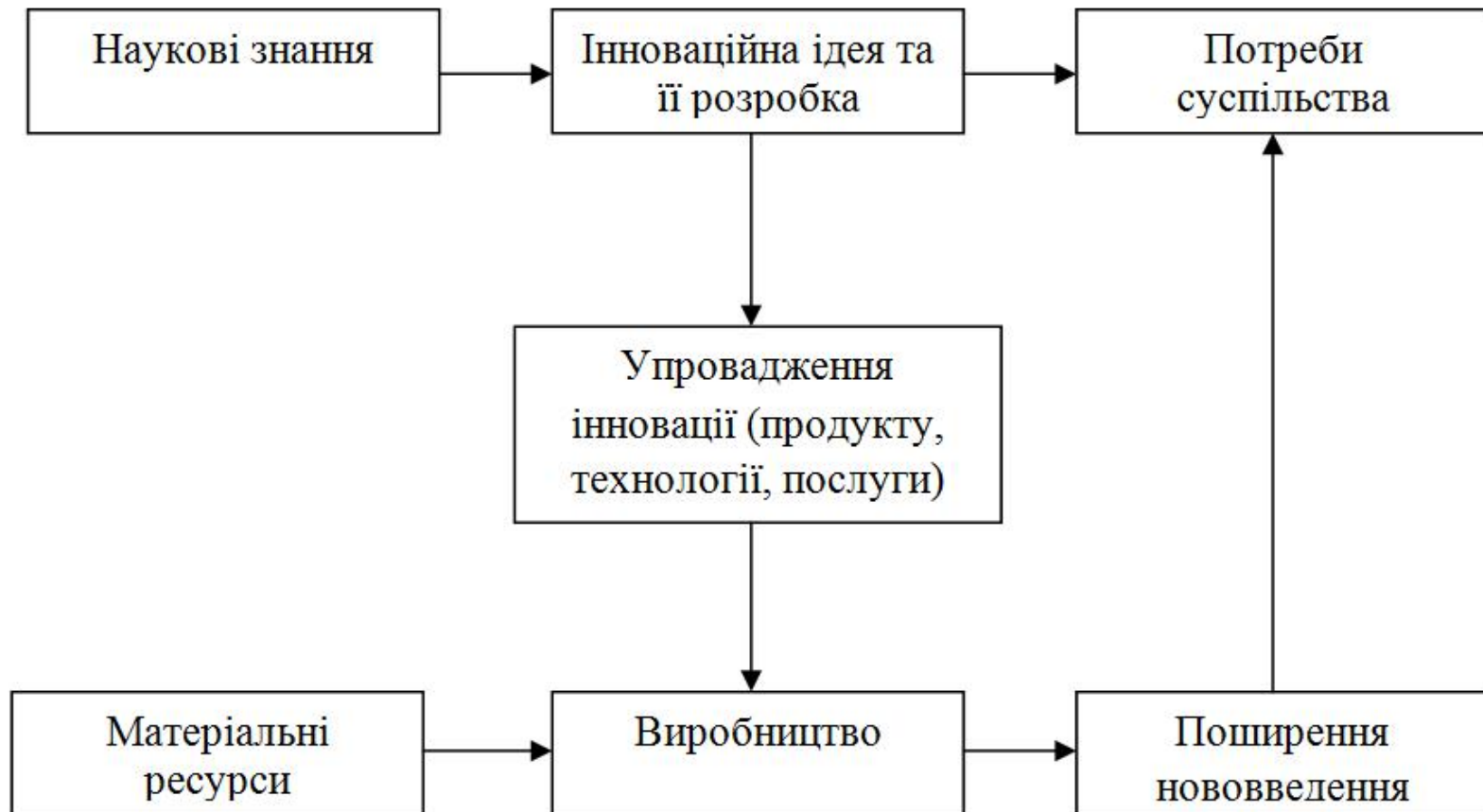
Рисунок 1 – Основні етапи розробки та коригування антикризової програми



Інновація

- ❧ Інновація — це важлива для сьогодення економічна категорія. Від часу її появи минув не один десяток років. Запровадив цей термін відомий австрійський економіст Йозеф Алоїз Шумпетер у 1912 році у своїй праці «Теорія економічного розвитку», що згодом стала класичною. У ній він розглядає інновацію як економічний засіб, що застосовується підприємцем з метою підвищення розміру отриманого прибутку.
- ❧ Інновації припускають, насамперед, інвестиції в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР). Підприємницькі структури, що інвестують у НДДКР, як правило, більш успішно працюють на ринку.

Рисунок 2 – Загальна схема інноваційного процесу



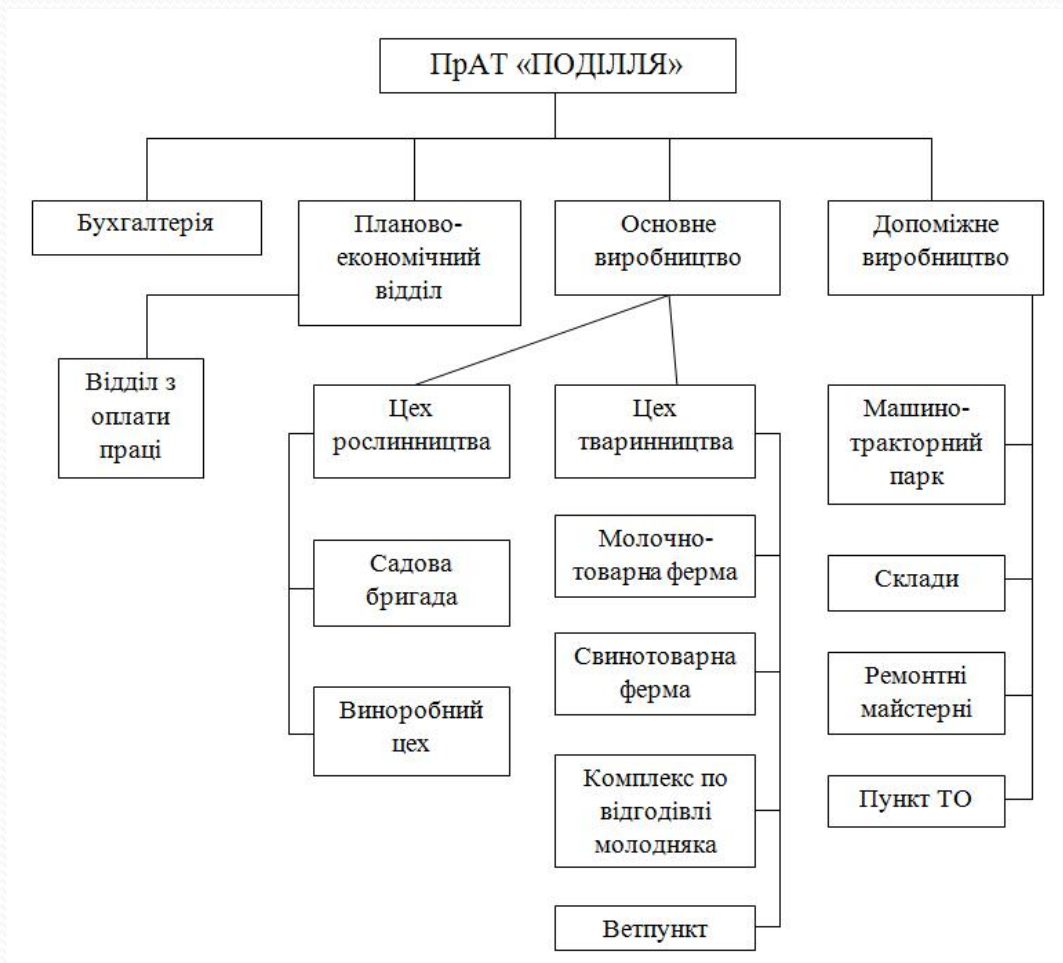
Таблиця 1 – Чинники, що впливають на розробку нововведень

Чинники, що сприяють розробці нововведень 1	Чинники, які заважають розробці нововведень 2
Збереження і розширення виробничої бази	Високі витрати, пов'язані з розробкою і впровадженням нововведень
Скорочення витрат	Тривалі терміни між розробкою нововведення і виходом виробу на ринок
Реалізація потреб і пропозицій споживача	Велика невпевненість в успіху
Підвищення науковотехнічного потенціалу фахівців	Слабка патентоспроможність нововведення
Імідж корпорації	Труднощі в збереженні частки на ринку
	Відсутність необхідних ресурсів і кваліфікованих кадрів

Основні види діяльності ПрАТ «ПОДІЛЛЯ» із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД

- ❧ 01.50 – Змішане сільське господарство (до цього класу відносять рослинництво та тваринництво без визначення спеціалізації);
- ❧ 01.24 – Вирощування зерняткових і кісточкових фруктів (вишень, черешень, абрикосів, яблук, нектаринів айви, груш, слив, терну та інших зерняткових і кісточкових фруктів);
- ❧ 46.21 – Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин (сюди входить оптова торгівля зерном, оптова торгівля сировинним тютюном, оптова торгівля олійними плодами, оптова торгівля кормами для тварин та сільськогосподарською сировиною, що не відносяться до інших угруповань).

Рисунок 3 – Організаційна структура підприємства ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»



Таблиця 2 – Показники рентабельності підприємства ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»

Показники	Роки			Відхилення 2016 р. від 2015 р.		Відхилення 2017 р. від 2016 р.	
	2015	2016	2017	абс.	відн.	абс.	відн.
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт рентабельності (збитковості) виробничих витрат	-0,02	-0,005	0,54	0,015	125	0,545	107
Коефіцієнт загальної рентабельності (збитковості) витрат господарської діяльності	0,37	0,008	0	-0,362	-97,84	-0,008	-100
Коефіцієнт чистої рентабельності (збитковості) витрат господарської діяльності	0,37	-0,0006	0	-0,3706	-99,84	0,0006	100
Коефіцієнт рентабельності (збитковості) продажу	-0,02	-0,005	0,35	0,015	100,25	0,355	70
Коефіцієнт загальної рентабельності (збитковості) власного капіталу	-0,17	-0,0009	0	0,1691	100,53	0,0009	100
Коефіцієнт чистої рентабельності (збитковості) власного капіталу	-0,17	0,0008	0	0,1708	100,47	-0,0008	-100

Таблиця 3 – Оцінка рівня платоспроможності підприємства ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»

Показники	Роки			Відхилення			
				2016 р. від 2015 р.		2017 р. від 2016 р.	
	2015	2016	2017	абс.	відн.	абс.	відн.
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,77	1,09	0,87	-0,68	-38,42	-0,22	-20,18
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,24	0,13	0,09	-0,11	-45,83	-0,04	-30,77
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,35	0,29	0,21	-0,06	-17,14	-0,08	-27,59

Таблиця 4 — Показники ділової активності на підприємстві ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»

Показник	Роки			Відхилення 2016 від 2015		Відхилення 2017 від 2016	
	2015	2016	2017	абс.	відн.	абс.	відн.
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт обертання оборотних активів	0,65	1,09	0,85	0,44	67,69	-0,24	-22,02
Коефіцієнт обертання активів (коефіцієнт ресурсовіддачі)	0,31	0,61	0,52	0,3	96,77	-0,09	-14,75
Коефіцієнт обертання поточної дебіторської заборгованості	10,14	7,7	6,47	-2,44	-24,06	-1,23	-15,97
Коефіцієнт обертання кредиторської заборгованості	22,71	100,06	6,66	77,35	340,59	-93,4	-93,34
Коефіцієнт обертання власного капіталу	0,21	1,12	1,17	0,91	433,33	0,05	4,46
Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	5,07	14,27	1,59	9,2	181,46	-12,68	-88,86

Таблиця 5 – Показники моделі прогнозування банкрутства О. Терещенка на підприємстві ПрАТ «ПОДІЛЛЯ» протягом 2015-2017 рр.

Показник	Значення
1	2
Z_{2015}	-3,03
Z_{2016}	1,44
Z_{2017}	1,25

Таблиця 6 – Показники фінансової стійкості підприємства ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»

Показники	Роки			Відхилення 2016 р. від 2015 р.		Відхилення 2017 р. від 2016 р.	
	2015	2016	2017	абс.	відн.	абс.	відн.
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,27	0,51	0,71	0,24	88,89	0,2	39,22
Коефіцієнт автономії	0,73	0,49	0,29	-0,24	-32,88	-0,2	-40,82
Коефіцієнт фінансової стабільності	2,66	0,98	0,41	-1,68	-63,16	-0,57	-58,16
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами	0,43	0,09	-0,15	-0,34	-79,07	-0,24	-166,67
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,29	0,1	-0,32	-0,19	-65,52	-1,32	-320
Коефіцієнт нагромадження амортизації	0,28	0,27	0,17	-0,01	-3,57	-0,1	-37,04
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами	0,55	0,27	-0,29	-0,28	-50,91	-1,02	-107,41

Таблиця 7 – Класифікація типів інновацій на підприємствах АПК

Селекційно-генетичні	Техніко-технологічні та виробничі	Організаційно-управлінські та економічні	Соціально-екологічні
1	2	3	4
<p>– нові сорти і гібриди с/г рослин;</p> <p>– нові породи, типи тварин і кроси птиці;</p> <p>– створення рослин і тварин, стійких до хвороб і шкідників, несприятливих чинників довкілля.</p>	<p>– використання нової техніки;</p> <p>– нові технології обробітку с/г культур;</p> <p>– нові індустріальні технології в тваринництві</p> <p>науково-обґрунтовані системи землеробства і тваринництва;</p> <p>– нові добрива і їх системи;</p> <p>– нові засоби захисту рослин;</p> <p>– біологізація і екологізація землеробства;</p> <p>– нові ресурсозберігаючі технології виробництва і зберігання харчових продуктів, направлених на підвищення споживчої цінності продуктів харчування.</p>	<p>– розвиток кооперації і формування інтегральних структур в АПК;</p> <p>– нові форми технічного обслуговування і забезпечення ресурсами АПК;</p> <p>– нові форми організації і мотивації праці;</p> <p>– нові форми організації і управління в АПК;</p> <p>– маркетинг інновацій;</p> <p>– створення інноваційно-консультативних систем у сфері науково-технічної і інноваційної діяльності;</p> <p>– концепції, методи вироблення рішень;</p> <p>– форми і механізми інноваційного розвитку.</p>	<p>– формування системи кадрів науково-технічного забезпечення АПК;</p> <p>– поліпшення умов праці, вирішення проблем охорони здоров'я, освіти і культури трудівників сіл;</p> <p>– оздоровлення і поліпшення якості довкілля;</p> <p>– забезпечення сприятливих екологічних умов для життя, праці і відпочинку населення.</p>

Таблиця 8 – ТОП-10 видів продукції, імпортованої в Індію з України

Назва	Обсяг імпорту, тис. дол. США
1	2
Олія соняшникова	1 237 819
Пшениця і суміш пшениці та жита (меслин)	212 198
Аміак, безводний або у водному розчині	158 378
Овочі бобові	65 786
Макуха та інші тверді відходи і залишки, одержані під час добування рослинних жирів і олій	60 651
Добрива мінеральні або хімічні, азотні	41 128
Кукурудза	31 407
Прутки та бруски з вуглецевої сталі	19 261
Глини	13 076
Макуха	11 601

Таблиця 9 – Основні пропозиції та рекомендації щодо інноваційної діяльності в системі антикризового управління підприємством ПрАТ «ПОДІЛЛЯ»

Найменування та зміст заходу, що пропонується	Терміни виконання	Витрати, тис. грн.	Економічний та інші види ефектів, тис. грн.	Примітка
1	2	3	4	5
1) Вибір нових можливих ринків збуту продукції.	Протягом 2-3 місяців	-	-	Здійснюється підбір усіх можливих ринків збуту продукції якою підприємство хоче здійснювати торгівлю в майбутньому.
2) Вибір найсприятливішого ринку для збуту продукції.	Один рік	10	-	Здійснюється аналіз вибраного зарубіжного ринку для збуту продукції. Досліджується макросередовище країни, аналізується конкуренція та проводиться порівняння цін на продукцію із цінами на вітчизняному ринку.
3) Налагодження збуту продукції. Освоєння нового ринку.	Систематичний процес поступового вдосконалення	70	Прогнозоване збільшення доходу на 126,5	Налагоджується збут продукції у вибрану підприємством країну, здійснюється поступове закріплення на новому ринку своїх позицій налагоджування цін на продукцію підприємства та в подальшому збільшення обсягів реалізації продукції.



Дякую за увагу!