Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ»

(*за матеріалами ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», м. Бориспіль*)

Студентки 2 курсу, 1м групи
Спеціальності 051 «Економіка»
Спеціалізації «Міжнародна економіка» _____ Гавриленко Інни Сергіївни

Науковий керівник:
канд. екон. наук,
доцент _____ Сєрова Людмила Петрівна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук,
професор _____ Кудирко Людмила Петрівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Гавриленко І.С. “Експортний потенціал підприємства харчової промисловості (за матеріалами ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», м. Бориспіль)”. − Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 0.51 «Економіка» спеціалізацією «Міжнародна економіка» − Київський національний торговельно-економічний університет – Київ, 2018.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено теоретичним, методичним і практичним засадам оцінки експортного потенціалу підприємства. Представлена робота дозволяє дослідити експортний потенціал підприємства харчової промисловості та спрогнозувати пріоритетні напрямки здійснення експортних операцій підприємством.

Ключові слова: потенціал підприємства, експортний потенціал, харчова промисловість.

ANNOTATION

Havrylenko I.S. "Export potential of the food industry enterprise (based on the materials of PJSC" LANTMANNEN AXA ", Boryspil)". - Manuscript.

Final qualifying work on a specialty 0.51 "Economics" specialization "International Economics" - Kyiv National University of Trade and Economics - Kyiv, 2018.

The final qualification work is devoted to the theoretical, methodological and practical principles of assessment of the export potential of the enterprise. The presented work allows to investigate the export potential of food industry enterprises and to predict the priority directions of the enterprise's export operations.

Key words: potential of the enterprise, export potential, food industry.

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему:

«ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ»

(*за матеріалами ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», м. Бориспіль*)

Студентки 2 курсу, 1м групи Гавриленко Інни Сергіївни
Спеціальності 051 «Економіка» _____
Спеціалізації «Міжнародна економіка»

Науковий керівник: Сєрова Людмила Петрівна
канд. екон. наук, _____
доцент

Київ 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Структура та обсяг роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (49 найменувань) та 3-х додатків. Повний обсяг роботи становить 118 сторінок, у т.ч. список використаних джерел − 6 сторінок, додатки − 7 сторінок. Матеріали випускної кваліфікаційної роботи містять11 таблиць, 12 рисунків.

Публікації. За результатами виконання випускної кваліфікаційної роботи опубліковано 1 статтю: Сутність та особливості експортного потенціалу підприємства харчової промисловості // Зб. наук. ст. студ. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018

Обсяг статті становить 5 д.а.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми наукового дослідження, визначено мету та завдання, наведено дані про об’єкт та предмет дослідження.

У першому розділі **«Теоретико-методичні засади експортного потенціалу підприємства»** розглянуто сутність і особливості експортного потенціалу підприємства харчової промисловості. Проаналізовано тенденції розвитку харчової промисловості світу. Проаналізовано нормативно-правове регулювання експортних операцій підприємства харчової промисловості. Досліджено економічні підходи до оцінки експортного потенціалу.

У другому розділі **“Економічні умови формування експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»”** досліджено економічні умови формування експортного потенціалу підприємства. Проаналізовано фінансово-господарську діяльність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА». Досліджено організаційно-економічна середовище формування та реалізації експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА». Зроблено оцінку експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА».

У третьому розділі **“Шляхи підвищення експортного потенціалу підприємства”** розглянуто можливості покращення конкурентоспроможності та експортного потенціалу підприємства. Сформовано пріоритетні напрями здійснення експортних операцій ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити ряд висновків, основні з яких зводяться до наступного:

1. Експортний потенціал підприємства – це можливість підприємства виконувати функцію суб’єкта міжнародної економічної діяльності, виготовляючи продукцію, яка буде задовольняти потреби зовнішніх ринків.

2. Сьогодні головними виробниками і споживачами продукції харчової промисловості є розвинені країни світу. Найбільше продовольства експортують американські країни - США, Бразилія, Канада, Аргентина, а також Китай. Троє з

цієї п'ятірки належать і до найбільших у світі імпортерів продовольства. Причому лідер в обох випадках залишається незмінним - США. За ними послідовно розташовуються Японія, Китай, Росія і Канада.

3. Для підвищення своєї конкурентної позиції українським підприємствам необхідно орієнтуватися на кращий світовий досвід, виходячи на іноземні ринки збуту та вивчаючи досвід конкурентної боротьби у складних умовах зовнішнього конкурентного середовища. Розвиток експортного потенціалу українських підприємств дозволить не тільки отримати додаткові доходи та завантажити потужності, що не використовуються, але й сприятиме зміцненню конкурентоспроможності та збільшенню ефективності діяльності підприємств. Із метою розв'язання цих проблем необхідно провести реконструкцію і технологічну модернізацію виробничих потужностей підприємств харчової промисловості та машинобудування, яке випускає устаткування для цієї галузі, сільськогосподарського машинобудування, виробничої інфраструктури.

4. Нормативно-правова система, що забезпечує здійснення експортної діяльності в Україні, має такі основні напрямки: регулювання проведення експортних операцій та контроль проведення експортних операцій. Нормативно-правова база регулювання експортних операцій постійно оновлюється та удосконалюється, що є позитивним для розвитку бізнесу, проте розвиток міжнародних економічних відносин України потребує детальнішого дослідження інфраструктури проведення зовнішньоекономічних операцій підприємствами та її законодавчо-нормативного забезпечення.

5.На сьогоднішній день не існує загальноприйнятої методики визначення оцінки експортного потенціалу підприємства. Експортний потенціал підприємства визначається складовими елементами, що визначають різні аспекти його діяльності. Існує декілька методичних підходів до оцінки окремих показників діяльності підприємства, відповідно до яких можна зрозуміти якою повинна бути методика розрахунку експортного потенціалу підприємства.

6. ПрАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА” є частиною скандинавського харчового концерну Lantmannen. З початку 2015 року компанія є лідером з виготовлення сухих сніданків в Україні у сегменті виробництва сухих сніданків і займає близько 60% ринку в даному сегменті. Компанія використовує унікальні технологій виробництва, постійно збільшує та урізноманітнює власний асортимент. Продукція користуються великою популярністю не лише на території України, але й за кордоном і успішно продається у 45 країнах світу: в Росії, Узбекистані, Казахстані, Молдові, Грузії, Естонії, Литві, Латвії та Данії. 70 % продукції надходить до українських магазинів, 30% експортується до інших країн. Органічну сировину для виготовлення продукції закуповують переважно в Україні. Потужність виробництва — 25 тонн на добу і близько 7 тисяч тонн в рік. Завод працює цілодобово у три зміни. Всього на підприємстві працює 215 працівників.

7. Проаналізувавши фінансовий стан підприємства можна сказати, що власність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» протягом 2013-2017 років поступово збільшувалася, це говорить про те, що підприємство вдало розширює свою фінансову діяльність. Також це може позитивно відобразитись на подальшій

господарській діяльності підприємства. Дослідивши структуру капіталу підприємства можна сказати, що з роками воно стає більш фінансово незалежним, а отже, вірогідність фінансового ризику та фінансової залежності щороку зменшується. Позитивним є збільшення коефіцієнту стійкості економічного зростання. Господарська та фінансова діяльність підприємства є ефективною і ця ефективність зростає з року в рік. Негативним є зменшення виручки в 2016 та 2017 роках, що вплинуло на забезпеченість підприємством зобов'язань. Має місце зношеність активів, що стимулює до оновлення та модернізації. Недостатня забезпеченість оборотним капіталом. Загальний обсяг реалізації сухих сніданків становив 6 325 тонн що на 135 тонн або 2% більше ніж в 2016 році за рахунок новинок, зростання попиту на українському ринку та виходу на нові експортні ринки. Продаж сухих сніданків в Україні склав 4 540 тонн, що на 4% більше ніж в 2016 році. Частка експорту в структурі реалізації у 2017 році склала 28%. Лідерами експортних продажів є Росія (459 тонн), Молдова (313 тонн), Грузія (195 тонни). Сукупний обсяг продажу в інші країни СНД склав 448 тонн. Також в 2017 році готова продукція була відвантажена в країни північної та східної Європи – Болгарію, Румунію та Туреччину (в сукупності 25 тонн), а також в ОАЕ та Китай – сумарно 70 тонн.

8. Серед основних факторів, що в значній мірі впливають на діяльність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є політичні та фінансово-економічні фактори, а саме: зміна уряду, зміна законодавства, податковий прес, підвищення цін на основну сировину, пакувальні матеріали, енергоносії, паливо, тощо. Серед факторів, що мають середній вплив на діяльність підприємства, є моральний та технічний знос обладнання, кваліфікація персоналу.

9. Основними діями ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" щодо зменшення впливу вказаних факторів є заміна та модернізація виробничого обладнання підприємства, навчання та підвищення класифікації виробничого та технічного персоналу, підвищення якості продукції та якості надання послуг. Потрібно забезпечувати постійне та планове управління активами і пасивами ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА", підвищувати ефективність роботи, вдосконалювати бізнес-процеси на підприємстві, впровадити проектний метод в управлінні інвестиціями.

ЗМІСТ

ВСТУП……2

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА……..5

1.1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА……..5

1.2. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА……10

1.3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ……..22

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1……38

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» ……..…40

2.1. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» ……..…40

2.2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ФОРМУВАННЯ ТА ВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .. ……..55

2.3. ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» ……...64

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2……73

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНІЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА……76

3.1. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ УМОВ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА……..……76

3.2. ОБГРУНТУВАННЯ КОМПЛЕКСУ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» ……..91

3.3. ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»...103

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3……..111

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ……115

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……..125

ДОДАТКИ……..131

ВСТУП

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств в сучасних умовах господарювання є одним з пріоритетних напрямів, оскільки саме експорт й імпорт продукції дозволяє їм вийти на якісно новий рівень функціонування та підвищити ефективність своєї діяльності.

Особливого значення має розвиток експортного потенціалу сфери харчової промисловості, який напряму впливає на ефективність діяльності підприємства. Він відіграє стратегічно важливу роль у покращенні діяльності підприємств і стає інструментом активізації наявних і потенціний конкурентних переваг суб'єктів економіки країни.

Багато українських та зарубіжних вчених у своїх працях досліджували експортний потенціал та експортну діяльність на рівні підприємства, серед них Мельник Т.М., Петренко Л.А., Різніченко Л.В., Сєрова Л.П., Семикоп О.Ю., Фатенок-Ткачук А.О., Швецова М.Б., Соколовська В.М., Михайлова Л.І., Піддубна Л.І., Козьменко С.М., Солоха Д.В., Дружиніна В.В., Слабоспицька О.Ю., Шелест Є.О. та інші.

Попри велику кількість публікацій на дану тему, деякі аспекти недостатньо вивчені, неопрацьовані повною мірою, зокрема, розробка шляхів покращення зовнішньоекономічної діяльності харчових підприємств. Актуальність викладених аспектів обумовила вибір теми дослідження.

Усі ці обставини й обумовлюють актуальність даної теми та необхідність більш глибокого вивчення питання експортного потенціалу підприємства як одного з основних напрямків господарської діяльності в сучасних умовах господарювання.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю суб'єкта господарювання.

Предметом дослідження є процес формування та реалізації експортного потенціалу на рівні первинної ланки національної економіки.

Метою дослідження є визначення теоретичних основ формування експортного потенціалу підприємства харчової промисловості, дослідження

основних проблем становлення та розвитку підприємництва харчової промисловості в Україні та світі, аналіз експортного потенціалу підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» , а також пошук способів покращення експортного потенціалу підприємства, що дасть змогу підвищити ефективність виробництва та збуду продукції за кордон.

Для досягнення мети було вирішено такі завдання:

1. Розглянуто теоретико-методичні засади експортного потенціалу підприємства.
2. Проаналізовано тенденції розвитку харчової промисловості світу.
3. Розкрито сутність та особливості експортного потенціалу підприємства харчової промисловості.
4. Проаналізовано нормативно-правове регулювання експортних операцій підприємства.
5. Вивчено методичні підходи до оцінки експортного потенціалу
6. Досліджено економічні умови формування експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .
7. Проаналізовано фінансово-господарської діяльнності ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .
8. Досліджено організаційно-економічного середовища формування та реалізації експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .
9. Зроблено оцінку експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .
10. Розглянуто покращення конкурентоспроможності та експортного потенціалу підприємства.
11. Сформовано пріоритетні напрями здійснення експортних операцій ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .

При проведенні даного дослідження були використані наступні методи:

- ✓ методи збору, класифікації та узагальнення інформації;
- ✓ методи спостереження;
- ✓ метод групування;
- ✓ таблично-графічні методи;

- ✓ метод статистичного аналізу.

У даному дослідженні використовувалися методи аналізу, класифікації та узагальнення, а також методи статистичного аналізу, табличного і графічного подання статистичної інформації.

Структура кваліфікаційної роботи роботи: вступ, 3 розділи, 9 підрозділів, висновки та список джерел із 49 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток та удосконалення умов зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання є одним із першочергових напрямів, адже саме імпорт та експорт продукції дозволяє підприємству вийти на якісно новий рівень функціонування та підвищити ефективність організації виробництва.

Особливе значення має розвиток експортного потенціалу сфери харчової промисловості, який є комплексним фактором ефективності діяльності підприємства. Зростання експортного потенціалу відіграє стратегічно важливу роль у вдосконаленні діяльності підприємств і стає інструментом активізації наявних і потенційних конкурентних переваг суб'єктів мікроекономіки.

На сучасному етапі розвитку світової економіки експортний потенціал являється важливою характеристикою економічної потужності будь-якої країни, в тому числі й України. Він притаманний економічним суб’єктам усіх рівнів, які реалізують цей потенціал шляхом розвитку зовнішньої торгівлі, передусім, експорту [43].

Досвід високорозвинених країн та країн, які інтенсивно розвиваються, показує, що динамізм позитивного розвитку більшості національних економік значною мірою досягається завдяки проведенню ефективної експортної політики і залежить від рівня досконалості процесів, пов’язаних з формуванням та використанням експортного потенціалу держави і суб’єктів господарювання, а також від підбору таких методів та інструментів, які здатні забезпечити успішний перебіг цих процесів [23].

Формуванням потенціалу – це залучення стратегічно важливих ресурсів за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел, за умов оцінки всіх факторів, які

обумовлюють таке залучення. Стратегічні ресурси – це ресурси, що використовуються задля забезпечення стратегії розвитку [37].

Потенціал підприємства – це здатність поточних і майбутніх можливостей його економічної системи трансформувати отримані ресурси за допомогою набутих компетенцій і притаманних її персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб інтереси власників та суспільства [36].

Для успішного функціонування підприємства необхідно мати точне уявлення про його можливості господарювання на ринку: перед виходом на ринок підприємство повинно ретельно проаналізувати свій експортний потенціал.

Використання ефективних стратегій в розвитку експортного потенціалу стало причиною економічного відродження та зміцнення міжнародних конкурентних позицій таких країн світу, як Китай, Індія, Бразилія, Сінгапур, Мексика, Республіка Корея та ін. Включення економік цих країн у світове господарство супроводжувалося саме процесами розвитку експортних потенціалів цих країн, які здійснювалися на постійно оновлювальній технологічній базі.

Світова фінансова й економічна криза призвели до істотного скорочення експортної діяльності українських підприємств і поставили перед ними проблему пошуку нових засобів і механізмів забезпечення їх участі у міжнародному поділі праці. Особливо важливу роль набуло формування стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства на основі вдосконалення його структури та нарощування інноваційно-технологічного рівня [22].

Розуміння факторів, які впливають на експортний потенціал підприємства, дозволяє класифікувати умови створення середовища формування та реалізації експортного потенціалу підприємства: економічні, політико-правові, соціальні, культурні, технічні, природно-кліматичні [23].

Економісти ділять фактори впливу на експортний потенціал підприємства на дві групи в залежності від ступеня контролю над ними. Ендогенні – фактори, що безпосередньо пов’язані з діяльністю підприємства, його зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією, характеристиками

менеджменту. Екзогенні – фактори, що включають вплив політичного, географічного, природно-кліматичного середовища внутрішнього ринку та ринку, на який планується експорт товарів чи послуг (Таблиця 1.1) [46]:

Таблиця 1.1.

Фактори впливу на експортний потенціал підприємства

Ендогенні	Екзогенні
Характеристики підприємства: розмір, кадровий та науково-технічний потенціал, ступінь інтегрованості у зовнішньоекономічну діяльність, досвід міжнародної діяльності, доступ до ресурсів для розвитку експорту	Характеристика галузі та внутрішнього ринку: особливості ринкової системи, наявність конкурентів, інтенсивність цінової конкуренції, втручання держави, інтенсивність технологічного розвитку
Характеристики продукції: ціна, унікальність, патентний захист, вимоги до обслуговування	Характеристики експортного ринку: потенціал попиту, рівень інформованості споживачів про продукцію підприємства, кон'юнктура товарних ринків
Стратегія експорту	Нормативно-правова база: подібність правових та регулятивних норм, митне тарифне та нетарифне регулювання
Результати експорту: досягнення цілей, середнє зростання обсягів експорту, прибутковість	Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності та політико-економічні процеси

Джерело: [46].

Вплив зовнішніх факторів передбачити значно важче, ніж внутрішніх, адже зовнішнє середовище постійно змінюється. Оцінка внутрішніх факторів здійснюється структурними підрозділами підприємства на основі власної звітності та документації.

Реалізація заходів за кожним фактором розвитку експортного потенціалу сприятиме підвищенню конкурентних позицій підприємства, ефективному просуванню продукції підприємства на цільовому зовнішньому ринку. Тобто зазначені фактори впливають не лише на розвиток експортного потенціалу, а в

кінцевому результаті вони здатні посилити конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Одним із важливих напрямів розвитку експортних можливостей національної економіки є експортний потенціал харчової промисловості України. Харчова промисловість України спроможна не лише забезпечити потреби внутрішнього ринку в продовольчих товарах, а й сформувати потужний експортний потенціал держави [10].

За даними Державної Служби Статистики обсяги реалізованої продукції в переробній промисловість України за останні 5 років (2012-2016) поступово збільшувались (Рис.1.1) [28].

Рис. 1.1. Обсяги реалізації продукції переробної промисловості України 2012-2016 роки (млрд.грн)

Джерело: складено автором за даними Державної Служби Статистики [28]

Розділ «Харчові продукти, напої та тютюнові вироби» займає перше місце в переробній промисловості, значно випереджаючи металургію та машинобудування. В 2012 році показник становив 245,9 млрд. грн, а в 2016 зріс до 459,2 млрд. грн. Це свідчить про позитивні процеси в харчовій промисловості України, що впливають на економіку країни та експортний потенціал підприємств цієї галузі.

Харчова промисловість об'єднує близько 40 галузей, які виробляють продукти харчування, а також мило, тютюнові вироби. В основному підприємства галузі переробляють сільськогосподарську сировину [12].

Проблема розширення експортних можливостей та покращення експортного потенціалу харчової промисловості України на сьогодні є дуже важливою. Її вирішення потребує системного підходу до вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства і здійснення комплексу організаційно-економічних, управлінських і техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства та країни на зовнішньому ринку.

Останнім часом розвиток харчової промисловості в Україні характеризується різким зниженням технологічного рівня виробництва, скороченням обсягів і асортименту продукції, погіршенням її якості, послабленням інвестиційного та інноваційного процесів, витісненням вітчизняних харчових продуктів з внутрішнього й зовнішнього ринків продовольчих товарів, зменшенням обсягів надходження до бюджету та валютних надходжень у країну від експортних операцій галузі тощо [10].

Продукція сільського господарства є ресурсною складовою виробництва в різних галузях національного господарства, а в харчовій промисловості – її основою. Від ступеня насичення ринку продовольчими товарами сільськогосподарської переробки, їхньої якості та доступності залежить забезпечення населення продуктами харчування, що, у свою чергу, напряму впливає на експортний потенціал підприємств та країни.

1.2. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день, коли існує дуже жорстока конкуренція на міжнародних ринках питання розвитку та оцінки експортного потенціалу стає дедалі гострішим. Багато вітчизняних і закордонних вчених присвятили свої праці оцінці експортного потенціалу підприємства, проте невирішеною постає проблематика оцінки рівня розвитку експортного потенціалу підприємства у часі.

У будь-якій господарській діяльності може бути три елемента поділу праці:

1. Результати (прибуток, ефективність);
2. Витрати;
3. Порівняння результатів і витрат.

Відповідно до поділу використовуються три групи методів оцінки:

- результатний (дохідний);
- витратний;
- ринковий (дохідно-витратний).

Також за ознаку поділу можна взяти часовий проміжок. Якщо враховується лише минулий час, то методи відносяться до витратних, теперішній – ринкових, майбутній – дохідних.

Для створення універсального інструменту діагностики змін структури та розміру експортного потенціалу підприємства, слід використовувати оцінки здійснення зовнішньоекономічних операцій.

Зі стратегічного погляду існують три ключові точки управління цим процесом:

- оцінка ефективності управління підприємством на міжнародних ринках,
- оцінка тактики впровадження певної групи операцій на певній території
- оцінка ефективності здійснення конкретної операції на поточному рівні управління

Кінцевий результат оцінки - максимально можлива вартість, до якої має прагнути підприємство задля максимізації альтернативних доходів і мінімізації альтернативних витрат.

Таким чином, для успішної реалізації стратегії присутності підприємства на міжнародних ринках слід використовувати комплексний підхід до оцінки на всіх трьох рівнях функціонування підприємства – від стратегічного до оперативного [11].

Не існує загальноприйнятої методики визначення оцінки експортного потенціалу підприємства. Як правило, дослідження експортного потенціалу зводиться до аналізу ретроспективної динаміки, географічної товарної структури підприємства та прогнозними розробками експорту даними структурами. Це є наслідком відсутності прямої залежності між економічним потенціалом і позицією підприємства на ринку та з неможливістю кількісного оцінювання експортного потенціалу через те, що це поняття є суб'єктивним.

В західній літературі не існує таких понять як "експортний потенціал", "економічний потенціал", "промисловий потенціал", "виробничий потенціал". При дослідженні даної категорії американські та західноєвропейські дослідники використовують такі терміни як "можливості експортування", "потенційні можливості фірми", та інші [38].

Оскільки науковці, що досліджували проблематику експортного потенціалу підприємства, тією чи іншою мірою торкались питання його визначення та оцінки, на сьогодні існує багато методів оцінки експортного потенціалу підприємства. Таке різноманіття підходів не дозволяє створити єдину універсальну методику і вносить зайву плутанину у вирішення даної наукової проблеми.

Деякі з дослідників сумніваються у можливості точної кількісної оцінки експортного потенціалу через дуже велику кількість чинників, що на нього впливають та суб'єктивний характер відбору показників оцінки та самої категорії експортного потенціалу [48].

На сьогодні ще не існує загального методологічного підходу до дослідження, аналізу та оцінки експортного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання, проте існує декілька методичних підходів до оцінювання групи окремих показників функціонування підприємства, відповідно до яких можна

зрозуміти якою повинна бути єдина методика розрахунку експортного потенціалу підприємства.

Наприклад, методичний підхід до розрахунку показника експортного потенціалу підприємства, в якому найбільше уваги приділяється технологічному циклу, показує, що у процесі дослідження адаптаційної здатності суб'єкта ЗЕД щодо міжнародного середовища акцент лише на результаті його виробничо-технологічної діяльності не дає можливості для повного аналізу та розкриття всіх експортоорієнтованих потенціалів підприємства.

Результат промислово-виробничої діяльності підприємства формується не лише під кінець виробничо-технологічного циклу, а починає формуватись вже на підготовчих етапах та існує (в тій чи іншій формі) протягом усього процесу виробництва під впливом взаємодії та реалізації певних системних елементів експортного потенціалу.

Ці твердження потрібно брати до уваги аналізуючи та оцінюючи фактори управління експортним потенціалом.

Щодо методичного підходу, який формується відповідно до розрахунку показника потенціалу у промислово-виробничому напрямку діяльності підприємства як фактичного або планового обсягу виробництва продукції, можна зробити висновок, що даний підхід надає можливість визначення рівня реалізації потенціалу та ступеню використання потенціалу, проте не забезпечує аналіз потенціалу саме як складної узгодженої системи взаємопов'язаних між собою елементів.

Не є доцільним використання методичного підходу щодо визначення потенціалу суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності у контексті його здатності до адаптації при розрахунку виробничого потенціалу ланки народного господарства

Експортний потенціал підприємства формується за допомогою групи факторів господарського процесу в зовнішньому та внутрішньому середовищах, а не лише як результат формування виключно виробничих потужностей як елементу речового носія експортного потенціалу суб'єкта господарювання.

Методичний підхід, оснований на зіставленні складових елементів матеріальної бази потенціалу підприємства, тобто на оцінці якості та складу кожного з них за допомогою одного показника, супроводжується рядом питань, адже потенціалу як системі взаємопов'язаних та взаємодіючих складників притаманні такі риси як різноманітність умов формування і реалізації, складність тощо.

Також важливо розуміти, що кожна системна складова потенціалу виконує свою індивідуальну, незамінну функцію, яка обумовлена його позицією в структурі.

Отже, у процесі дослідження потенціалу підприємства у промислово-виробничому та експортоорієнтованому аспектах та з урахуванням складності самої системи виникає сумнів щодо можливості та достовірності подальшого оцінювання елементів потенціалу в еквівалентних одиницях.

Експортний потенціал підприємства визначається складовими, що характеризують різні сторони процесу його діяльності. Загалом функціонування підприємства у зовнішньоекономічній сфері складається з процесів, що взаємопов'язані між собою, кожний них при визначенні експортного потенціалу фірми розглядається окремо. В свою чергу, результати дій цих процесів формуються внаслідок не лише їх функціонування, а й їх взаємодії один з одним та з зовнішнім середовищем [38].

З посиленням конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках в умовах СОТ вітчизняним підприємствам доводиться розраховувати, насамперед, на свої власні сили у конкурентній боротьбі з іноземними підприємствами на обох ринках [48].

Проблема збільшення експортних можливостей та розвитку експортного потенціалу підприємства є складною і має багато напрямків. Для її вирішення використовується системний підхід до вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства та здійснення комплексу організаційних, управлінських, економічних та технологічних заходів, що будуть сприяти посиленню конкурентних переваг підприємства на зовнішньому і внутрішньому ринках.

Економічні суб'єкти (підприємства, галузі, регіони, держава, об'єднання країн тощо) реалізують експортний потенціал розвиваючи зовнішню торгівлю, зокрема експортну складову. Отже, експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів окремих галузей промисловості, а експортний потенціал однієї галузі – з експортних потенціалів конкретних підприємств.

Експортний потенціал напряму пов'язаний з конкурентоспроможністю продукції, яка призначена для реалізації на світовому ринку.

Існує дуже тісний зв'язок між підвищенням конкурентоспроможності національної продукції на світовому ринку та зростанням експортного потенціалу економіки країни [43].

У таких умовах важливим є освоєння та використання підприємствами всіх можливих шляхів диверсифікації та удосконалення функціонування власної діяльності (зокрема, експортної). Тобто, підприємство, створюючи або покращуючи власну стратегію експортної діяльності, повинне визначити та оцінити зовнішні та внутрішні, по відношенню до самого підприємства, чинники, які сприяють чи не сприяють веденню експортної діяльності на підприємстві.

Створення даної стратегії передує втіленню її в життя, тому визначаючи та аналізуючи фактори впливу на експортну діяльність, фактично визначається та оцінюється експортний потенціал підприємства. Проте єдиного методу чи методики оцінки експортного потенціалу підприємства не існує [48].

Багато українських та зарубіжних вчених у своїх працях досліджували експортний потенціал та експортну діяльність на рівні підприємства, серед них Мельник Т.М., Петренко Л.А., Різніченко Л.В., Сєрова Л.П., Семикоп О.Ю., Фатенок-Ткачук А.О., Швецова М.Б., Соколовська В.М., Михайлова Л.І., Піддубна Л.І., Козьменко С.М., Солоха Д.В., Дружиніна В.В., Слабоспицька О.Ю., Шелест Є.О. та інші.

Науковець Д. В. Солоха, визначає експортний потенціал підприємства як такий, що характеризуться здатністю та змогою вітчизняних підприємств до виробництва продукції (виробничим потенціалом), що є в першу чергу інновацією, а значить і конкурентоспроможною. Д. В. Солоха розраховує експортний потенціал наступним чином:

$$ЕП = ВП \times Ккінт \times Кп \div Кпр, \quad (1.1.)$$

де ВП – виробничий потенціал як сума вартості ресурсів підприємств;

Ккінт – інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку;

Кп – коефіцієнт зовнішнього попиту;

Кпр – коефіцієнт зовнішньої пропозиції.

Відповідно до даної методики експортний потенціал підприємства безпосередньо асоціюється з інноваційністю виробленої продукції, саме це робить її конкурентоспроможною на зовнішньому ринку [40].

Це не зовсім точне твердження, оскільки навіть продукція, що зовсім не має ознак інноваційності, наприклад, сталь може бути досить конкурентоспроможною на деяких ринках. У наведеній формулі наявні коефіцієнти зовнішнього попиту та зовнішньої пропозиції, отже можна зробити висновок, що значний вплив на експортний потенціал товару підприємства має фактичний попит на товар та пропозиція аналогічної продукції від підприємства-конкурента [48].

Дослідник Т. М. Мельник стверджує, що у більшості випадків дослідження експортного потенціалу – це прогнозування галузевої та товарної структур експорту продукції на основі результатів аналізу динаміки експортування, його галузевої та товарної структур за попередні від дати дослідження періоди. Науковець пояснює неможливість кількісної оцінки експортного потенціалу, спираючись на суб'єктивність поняття та відсутність прямого зв'язку між позицією підприємства на ринку та потенційним покупцем.

У своїй праці Т.М. Мельник стверджує, що підходи до оцінки експортного потенціалу різних суб'єктів бізнесу, які наведені у вітчизняній науковій літературі, базуються на припущенні, що внутрішня структура потенціалу визначається складом і співвідношенням саме його структурних елементів. Дійсно, заперечувати дане твердження означало б відкинути системний підхід в

аналізі експортного потенціалу, тобто відмовитись від бачення експортного потенціалу як цілісної множини елементів, що співвідносяться та є взаємопов'язаними.

Експортний потенціал складається з потенціалу внутрішніх ресурсів, потенціалу зовнішнього ринку та умов виходу на ринок. Потенціал зовнішнього ринку автор розумію як вимоги зовнішнього ринку до підприємства.

Потенціал внутрішніх ресурсів дослідник показує функцією від техніко-технологічної бази, кваліфікації кадрів, методів управління, фінансів, тобто:

$$ПВР = f\ (ТБ, К, М, Ф)\ , \qquad (1.2.)$$

де ПВР – потенціал внутрішніх ресурсів,

ТБ – техніко-технологічна база,

К – кваліфікація кадрів,

М – методи управління,

Ф – фінанси.

Головною умовою доцільності експортування продукта на конкретний ринок, тобто наявності експортного потенціалу, є рівність потенціалу внутрішніх ресурсів та потенціалу зовнішнього ринку:

$$ПВР = ПЗР\ , \qquad (1.3.)$$

де ПВР – потенціал внутрішніх ресурсів,

ПЗР – потенціал зовнішніх ресурсів.

Науковець вважає, що в іншому ж випадку, експортна діяльність підприємства на даному ринку буде недоцільною.

Умови виходу на ринок охоплюють національні умови (торговельну політику країни, систему підтримки експортного виробництва) та зовнішні

(торговельний режим країни експортування):

$$УВР = НУ + ЗУ, \quad (1.4.)$$

де УВР – умови виходу на ринок,

НУ – національні умови,

ЗУ – зовнішні умови.

Т.М. Мельник стверджує, що відповідність потенціалу внутрішніх ресурсів вимогам зарубіжного ринку та сприятливі умови виходу на цільовий зарубіжний ринок є ознаками наявності експортного потенціалу в суб'єкта бізнесу:

$$ЕхП = f(ПВР, ПЗР, УВР), \quad (1.5.)$$

де ЕхП – експотний потенціал суб'єкта бізнесу,

ПВР – потенціал внутрішніх ресурсів,

ПЗР – потенціал зовнішніх ресурсів,

УВР – умови виходу на ринок.

Застереження при використанні цієї моделі стосується такого:

1. Дослідження потенціалу внутрішніх ресурсів слід проводити тільки відносно конкретного ринку та умов виходу на нього.
2. Визначати потенціал лише одного товару чи номенклатурної групи.
3. Переконатись в тому, що порівняння складові умови потенціалу відбулося за рахунок одночасності їх оцінювання.
4. Прагнути до багатоваріантності зіставлень внутрішнього потенціалу суб'єкта господарювання та ринкових потенціалів.

Автор застеріга не застосовувати дану методику до більш агрегованих рівнів, зокрема до рівнів галузі чи країни в цілому [24].

Вивчаючи експортний потенціал машинобудівного підприємства науковці В. В. Дружиніна та Л. В. Різніченко, визначають основну ціль аналізу експортного потенціалу підприємства – вивчення попиту на продукцію, що виробляється і формування портфеля замовлень.

Дослідники погоджуються з іншими науковцями, що мета оцінки експортного потенціалу це визначення обсягу продукції, яка може бути експортована. Для підтвердження цього вони наводять наступні формули:

$$ЕП = ПП \times Ккон \times Кп \times Кпр, \quad (1.6.)$$

де ЕП – експортний потенціал,

ПП – виробничий потенціал,

Ккон – коефіцієнт конкурентоспроможності продукції,

Кп – коефіцієнт пропозиції на світовому ринку (з урахування конкретної країни експортування),

Кпр – коефіцієнт пропозиції на світовому ринку (з урахуванням конкретної країни експортування).

Виробничий потенціал у праці обраховується наступним чином:

$$ПП = РП + Ктех + Ппер + Пінф, \quad (1.7.)$$

де ПП – потенціал у праці,

РП – ресурсний потенціал,

Ктех – коефіцієнт технології виробництва,

Ппер – потенціал переробних виробництв,

Пінф – потенціал виробничої інфраструктури.

Ресурсний потенціал обчислюється так:

$$РП = I + ТР + МТР + Прз, \quad (1.8.)$$

де РП – ресурсний потенціал,

I – сума інвестицій,

ТР – трудові ресурси (у вартісній формі),

МТР – матеріально-технічні ресурси (сукупність основних і обігових засобів у виробництві),

Прз – сукупність підприємницьких рис менеджерів, що організовують виробництво.

Так як деякі складові експортного потенціалу підприємства виражені у вартісній формі, автори дещо скоротили кінцеву формулу обчислення експортного потенціалу, а саме:

$$ЕП = (I + ТР + МТР) \times Ккон \times Кп \times Кпр, \quad (1.9.)$$

де ЕП – експортний потенціал,

I – сума інвестицій,

ТР – трудові ресурси (у вартісній формі),

МТР – матеріально-технічні ресурси (сукупність основних і обігових засобів у виробництві),

Ккон – коефіцієнт конкурентоспроможності продукції,

Кп – коефіцієнт пропозиції на світовому ринку (з урахування конкретної країни експортування),

Кпр – коефіцієнт пропозиції на світовому ринку (з урахуванням конкретної країни експортування).

Науковці запропонували перед оцінкою наявного експортного потенціалу визначити виробничий потенціал та ступінь його залежності від факторів виробництва (з огляду на те, що експортна продукція є лише часткою загального обсягу виробленої на підприємстві продукції):

$$Y = ax \times x1 + bx \times x2 + cx \times x3\,, \qquad (1.10.)$$

де a, b, c – коефіцієнти множинної регресії,

x1 – оцінка робочої сили,

x2 – інвестиції,

x3 – активи підприємства [14].

Базуючись на результатах ґрунтовного кореляційного та багатовимірного факторного аналізу чинників, що впливають на експортний потенціал дослідники С. М. Козьменко та С. І. Колосок, наводять визначають формули, за якими можна розрахувати експортний потенціал країни, галузі, підприємства та окремого продукту.

Науковці стверджують, що зростання обсягів експорту продукції підприємства, насамперед, спричинене зростанням обсягів власного капіталу підприємства, основних засобів, доходу (виручки) від реалізації продукції (у вигляді товарів, робіт чи послуг) та середньої кількості працівників, а зростання поточних та довгострокових зобов'язань підприємства (зокрема обсяги залученого капіталу на підприємстві) позитивно впливають на експорт продукції підприємства лише до певного моменту. Вони пропонують наступну формулу для оцінки експортного потенціалу підприємств машинобудування:

$$\text{Епп} = \text{Еп кр} \times \text{Іп} \times \beta = \text{Еп кр} \times \text{КП} \times \text{ОЗ} \times \text{ВК} \times \beta\,, \qquad (1.11.)$$

де Епп – експортний потенціал підприємства, грош. од.,

Іп – інтегральна оцінка експортної конкурентоспроможності підприємства,

КП – зважена середня кількість працівників підприємства,

ОЗ – зважені основні засоби підприємства,

ВК – зважений власний капітал,

β – поправочний коефіцієнт [17].

Маркетинговий вплив на експортний потенціал підприємства окремо не виділяється, проте можна припустити, що він частково залежить від підприємницьких здібностей підприємців і, в певній мірі, відображений у коефіцієнтах попиту та пропозиції на продукцію підприємства та аналогічну їй на зарубіжному ринку збуту [48].

1.3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Харчова промисловість – складна система, що складається з безлічі підгалузей і виробничо-технологічних ступенів. В її складі є первинне

виробництво (рибальство, полювання), виробництво напівфабрикатів (борошномельне, цукрове, попередня обробка молока), виробництво готової продукції (сир, вершкове масло, молочні та м'ясні продукти, хліб, кондитерські вироби тощо), а також деяких непродовольчих товарів - тютюнових виробів, мила та мийних засобів, парфумерно-косметичної продукції (Рис. 1.2.)[13].

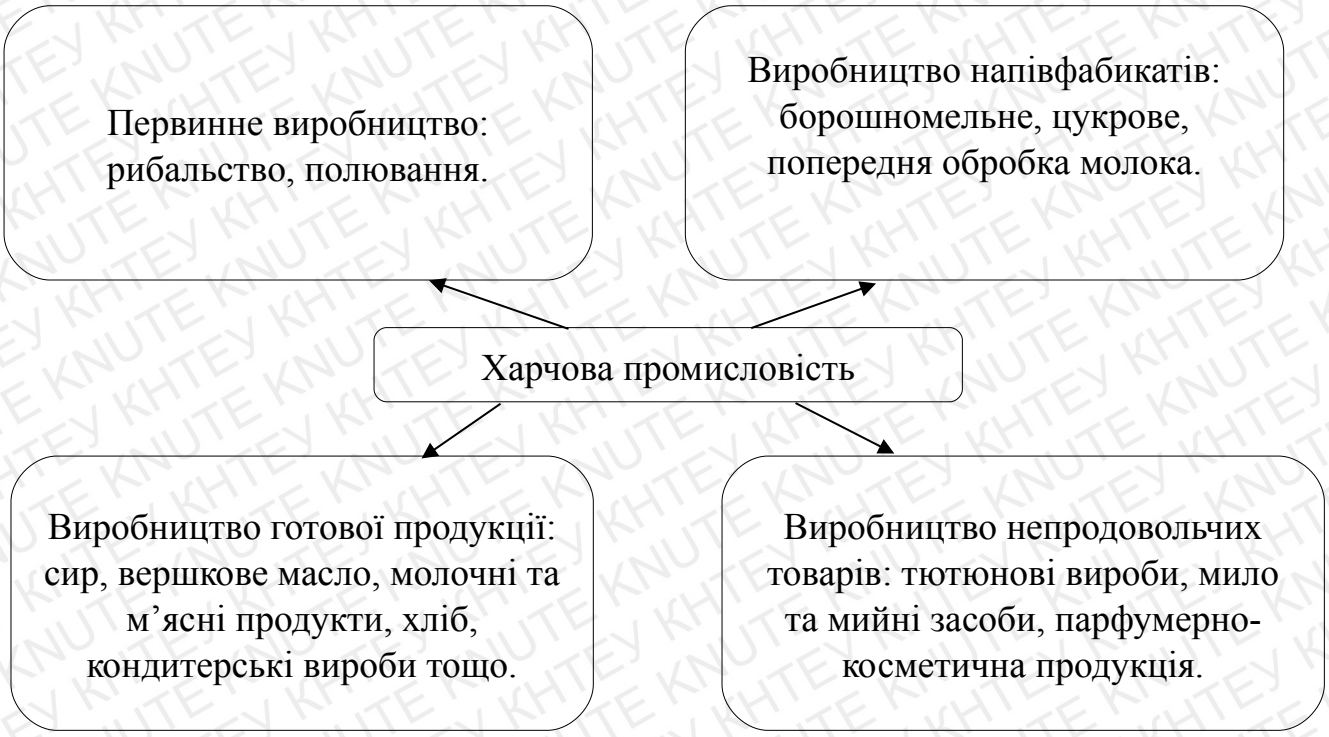

Рис. 1.2. Підгалузі харчової промисловості світу

Джерело: [13].

Харчова промисловість належить до найрізноманітніших складових світового господарства. Зараз вона швидко розвивається. За кількістю зайнятих та за обсягом валової продукції харчова промисловість належить до найважливіших галузей господарства у більшості країн світу. Основною базою харчової промисловості є багатопрофільне сільське господарство та рибний промисел [24].

Виробничі особливості харчової промисловості зумовлюють те, що визначальну роль для розміщення підприємств галузі має сировина і споживач. Окремі галузі за чинниками розміщення можна поділити на три групи (Таблиця 1.2.):

Таблиця 1.2.

Галузі харчової промисловості світу за чинниками розміщення

Харчова промисловість		
Галузі, що орієнтовані на джерела сировини	Галузі, що орієнтовані на споживача	Галузі, що орієнтовані і на сировину, і на споживача
Цукрова	Хлібопекарська	М'ясна
Олійна	Кондитерська	Борошномельна
Рибна	Пивоварна	Тютюнова
Спиртова	Винно-горілчана	
Плодовоовочевоконсервна	Молочна	

Джерело: [10].

До першої належать ті, які тяжіють до джерел сировини (цукрова, олійна, рибна, спиртова, плодовоовочеконсервна). Це зумовлено тим, що вони використовують малотранспортабельну сировину, яка швидко псується, а також сировину, яку споживають у великій кількості. Галузі, в яких затрати на перевезення готової продукції більші, ніж на транспортування сировини, орієнтуються на споживача і розміщуються в місцях великого скупчення населення (хлібопекарська, кондитерська, пивоварна, винно-горілчана, молочна та ін.). М'ясна, борошномельна, тютюнова галузі мають подвійну орієнтацію: на сировину і споживача [10].

Структура харчової промисловості дуже складна: понад двадцять галузей, що виробляють як готову продукцію, так і напівфабрикати. Найважливішими з них є цукрова, м'ясна, млинарська, маслосироробна, виноробна, маслобійна, консервна, рибна, соєва галузь.

Щодо розміщення різні виробництва харчової промисловості можна об’єднати у дві групи. Перша група представлена підприємствами, які орієнтуються на довізну сировину. Тому вони розміщуються в портах, залізничних вузлах, великих містах. Сировина й готова продукція цих галузей транспортабельні і не потребують швидкого споживання. Це цукрорафінадні заводи, кондитерські фабрики, борошномельні підприємства, заводи з випуску різноманітних напоїв. Усі вони орієнтуються на довізну сировину, наприклад концентрований апельсиновий сік із Бразилії, сухе молоко та яєчний порошок з України, зерна кави з Колумбії тощо. Для них характерні значні масштаби виробництва.

Другу групу галузей складають менші за обсягами виробництва підприємства — маслоробні, сироварні, цукрові, консервні, м’ясо-переробні, що орієнтуються на місцеву сировину. Сюди також зараховують хлібопекарні, виробництво харчових напівфабрикатів, які в розміщенні тяжіють до споживача.

Якщо для розвинених країн характерні обидва типи виробництв, то для слаборозвинутих - переважно другий.

У розвинутих країнах Європи та світу структура харчування, а відповідно, і харчової промисловості змінюється під впливом пропагованого нині здорового способу життя.

Сьогодні головними виробниками і споживачами продукції харчової промисловості є розвинені країни світу. Лідером тут є США, які демонструють світу сталу тенденцію до постійного збільшення виробництва продуктів харчування. За програмами ООН США є основним постачальником продуктів харчування до країн із їх гострою нестачею [24].

Серед 5 наймасштабніших виробників їжі у світі — США, КНР, Індія, Бразилія та Росія.

Найбільші ареали сучасної харчової промисловості — Європа та Північна Америка — мають складну галузеву структуру. Їхні підприємства базуються як на місцевій, так і на імпортній сировині. Так, м'ясна промисловість Франції та Данії, маслоробна Нідерландів, виноробна Франції та Іспанії працюють на власній сировині. Значну частину продукції, котру виробляють ці країни, експортують. З імпортної сировини у країнах Європи виробляють цукор, шоколад та інші продукти харчування. У США, Канаді, які володіють величезними ресурсами, харчова промисловість розвивається на власній сировині; тільки незначна кількість підприємств використовує імпортну сировину. Тому тут яскраво виражена орієнтація харчової промисловості на спеціалізовані сільськогосподарські райони. Особливе місце у світовій харчовій промисловості займають Австралія та Нова Зеландія. Ці країни мають великі спеціалізовані сільськогосподарські райони, завдяки яким вони постачають на світовий ринок первинну сільськогосподарську продукцію. Значна її частина переробляється та вивозиться за кордон [26].

Найбільше продовольства експортують американські країни - США, Бразилія, Канада, Аргентина, а також Китай. Троє з цієї п'ятірки належать і до найбільших у світі імпортерів продовольства. Причому лідер в обох випадках залишається незмінним - США. За ними послідовно йде Японія, Китай, Росія і Канада.

У більшості країн, що розвиваються, промислову переробку проходить незначна частина сільськогосподарської продукції. Високий рівень розвитку харчової промисловості є в небагатьох країнах, що розвиваються: Аргентині, Бразилії, Уругваї, Індії та ін. В інших країнах є тільки первинні стадії переробки, часто — не промислової, а ручної, завершальні стадії розташовуються у Північній Америці, Західній Європі, Японії.

Розміщення підприємств харчової промисловості світу характеризується наявністю взаємовиключних тенденцій. З одного боку, як і раніше, зростає традиційна харчова промисловість у менш розвинених країнах, з іншого — починають згортатися традиційні галузі розвинених країн, в яких поширюється рух за здоровий спосіб життя, а це призводить до скорочення таких традиційних виробництв, як виноробство, виробництво тютюнових виробів, цукру. Навпаки, у менш розвинених країнах, як і раніше, збільшуються обсяги виробництва пива, тютюну, алкогольних напоїв тощо [13].

У структурі виробництва м'яса лідируючу позицію впевнено займає птиця, обігнавши свинину і яловичину. За 24 роки (1990-2014 роки) світове виробництво курячого м'яса збільшилось в 2,8 рази. Друге місце в структурі світового виробництва м'яса займає свинина. Приріст виробництва даного виду продукції склав 65%. На третьому місці - яловичина, виробництво якої за 24 роки збільшилася всього на 22%.

Серед експортерів м'яса птиці виділяється трійка лідерів — Бразилія (36% світового експорту), США (26%) і ЄС (12%), про що свідчать дані аналітиків ФАО. Варто відзначити нові країни, яким вдалося істотно збільшити експорт даної продукції - це Туреччина і Україна. Всього за 5 років (2010-2015) Україна збільшила експорт м'яса — птиці на 40,9%, Туреччина - на 20,4%.

За даними міжнародних досліджень, українській курці прогнозують ключову роль на ринку ЄС. Повноцінному виходу вітчизняної курятини на ринок ЄС поки перешкоджають мізерно малі квоти, але їх мають намір переглянути у 2020 році.

За даними Мінсільгосп США, світовий обсяг виробництва бройлерів збільшиться в 2018 році на 1% до 91,3 млн т. Лідерами виробництва є США, Китай, Бразилія. Цього року США планує збільшити виробництво до рекордних 19 млн т [47].

Виробництво м'яса птиці в світі збільшилось на 0,9% чи на 1 млн т за 2017 рік і сягло 118,2 млн т. Про це повідомляє УкрАгроКонслат з посиланням на Продовольчу і сільськогосподарську організацію ООН (ФАО).

Тож м'ясо птиці залишається найпопулярнішим у світі. Не відстає свинина: 2017 рік для свинарства закінчився із зростом на 1% і досягло позначки у 117 млн т.

За прогнозами експертів ФАО, свинина й надалі скорочуватиме розрив.

Виробництво м'яса великої рогатої худоби у світі теж зросло, та за підсумками 2017 року відбулося зростання на 1,7%. З 68,3 млн т до 69,5 млн т. Споживання баранини залишається стабільним на рівні 14,5 млн т на рік.

А ось найбільші прибутки отримали не всі виробники м'яса. Добре заробили тільки постачальники птиці і яловичини. Тут зростання склало 2% і 2,2 % відповідно.

Збільшенням виробництва м'яса можуть похизуватися США, Бразилія, Росія, Мексика, Індія, Мексика, Аргентина, Туреччина і Таїланд. А ось у Китаї незважаючи на збільшення ринку овець, свиней та великої рогатої худоби, ті ж самі результати, що і в попередньому році, через довготривалу епідемію пташиного грипу в країні.

Відчутно зріс експорт м'яса в США, Тайланді, Аргентині, Бразилії та в Україні, стверджують економісти ФАО. Але в цих країнах пташиний грип теж зіпсував показники року [44].

Світове виробництво м'яса в живій вазі в найближчі дев'ять років (2017-2026) збільшиться на 13% або з 39 млн т до 353 млн., повідомляється в огляді

ринку, підготовленому ФАО ООН і Організацією економічного співробітництва і розвитку.

В основному, таке зростання відбудеться завдяки країнам, що розвиваються за рахунок збільшення ефективності використання та виробництва кормів. Це США, Китай, Бразилія та країни ЄС. При цьому аналітики відзначили, що в абсолютному вираженні загальний ріст виробництва в них займе не більше 20 відсотків від того ж показника в країнах, що розвиваються.

З підгалузей найбільше зростання очікується по виробництву м'яса птиці, яке складе близько 45 відсотків від усього приросту. До 2026 року його випуск зросте на 16% від середнього за три минулих роки – до 131,6 млн. тонн (раніше 113,9 млн. тонн). На частку розвинених країн доведеться 52,8 млн. (+ 11%), що розвиваються – 78,8 (+19%). При цьому зростання попиту буде спостерігатися як у виробників, так і у споживачів. Причинами в огляді називають невисокі ціни і низькі витрати на виробництво. Також наголошується, що найбільш активне зростання очікується в Росії, Бразилії, Мексиці, на Україні і в інших країнах з надлишком зернофуражу.

Також аналітики очікують зростання виробництва яловичини – до 76,3 млн. тонн або на 11%. При цьому в країнах, що розвиваються воно виросте на 16%. 75% успіху забезпечать Бразилія, Мексика, Пакистан і Індія.

У свою чергу, виробництво свинини за найближче десятиліття буде сповільнюватися: до дев'яти відсотків зростання від середнього в 2014-2016 році. За даними експертів, Китай «подолає зниження, зафіксоване в 2016 році» та вийде на 4,6 млн. тонн або 44% світового приросту. Також лідерами аналітики називають Росію, США, В'єтнам, Бразилію, Мексику і Філіппіни [45].

Виробництво молока протягом наступних 10 років зростатиме повільнішими темпами, ніж у минулі три роки. Про це свідчать прогнози ФАО та Організації економічного співробітництва та розвитку. До 2026 року прогнозується нарощення виробництва на 22% (більше ніж 170 млн т), порівняно з 806 млн т у 2017 році (Рис.1.6.).

Наразі розвинуті країни і країни, що розвиваються, займають приблизно рівні частки у світовому виробництві молока, проте за наступні 10 років ситуація

на ринку зміниться і розвинуті країни поступляться лідерством. Очікується, що у 2026 році розвинені країни вироблятимуть 44% всього молока, в той час як країни, що розвиваються, наростять частку до 56%. Останні наростять виробництво екстенсивним шляхом: збільшуватимуть поголів'я і продуктивність стада, тим самим через десять років забезпечать приріст виробництва молока на +34%, порівняно з 2014-2016 рр. Розвинені країни вироблятимуть додатково +10% молока. При цьому молочне поголів'я зменшуватиметься, а надої – зростатимуть.

Останніми роками на світовому ринку молока домінували розвинені країни. Найбільшим виробником 2016 року був Європейський Союз, частка у світовому виробництві якого становить біля 20%. У топ-5 також входять Індія - 19%, США – 12%, а також Китай і Пакистан, які займають по 5%.

У наступному десятиріччі спостерігатиметься активне нарощення виробництва молока в країнах, що розвиваються. Здебільшого ця тенденція стосуватиметься Азії, значна частка припадатиме на Індію та Пакистан. За прогнозами ФАО та Організації економічного співробітництва та розвитку Індія покаже найбільше зростання, обжене Європейський Союз та стане найбільшим виробником молока у світі. Частка цієї країни за 10 років зросте до 23%, проте переважна більшість продукції споживатиметься всередині країни у непереробленому вигляді. Розвинуті країни ЄС і США показуватимуть повільніший річний темп зростання, порівняно з минулим десятиріччям. Їх частки на світовому ринку знизяться з 20% до 18% та з 12% до 11% відповідно. Однак вони залишаться основними гравцями на експортних ринках для оброблених молочних продуктів, а саме масла, сиру, сухого знежиреного молока і сухого незбираного молока.

Очікується, що протягом наступного десятиріччя у країнах, що розвиваються, збільшиться споживання оброблених молочних продуктів: сухого молока та масла, що пов'язано зі зростанням доходів населення у країнах Азії та Близького Сходу. Разом із тим споживання молочних продуктів у свіжому вигляді залишатиметься на високому рівні. Адже країни, що розвиваються,

споживатимуть близько 3/4 світового виробництва свіжих молочних продуктів» [42].

За технічним рівнем серед галузей харчової промисловості вирізняється цукрова, хоча в її складі, особливо в Індії, функціонують і старі підприємства. Але велика частка виробництва цукру припадає на фабричний цукор, на відміну від будь-яких інших видів харчової індустрії.

Значна частка цукру надходить на світовий ринок з країн, що розвиваються, причому серед великих експортерів слід виокремити Бразилію, Кубу, Австралію, ПАР і Таїланд, тоді як європейські країни (Франція, Нідерланди, Німеччина) поступово знижують обсяги виробництва. Великими імпортерами є Росія, США, Японія, деякі європейські країни, Іран. У світовому виробництві цукру 2/3 припадає на тростинний і 1/3 – на буряковий.

Загалом тенденція розвитку харчової промисловості в менш розвинених країнах повторює тенденції розвитку, властиві високорозвиненим країнам. Однак у харчовій промисловості високорозвинених країн істотно зростає виробництво різних напівфабрикатів.

Водночас у країнах, що розвиваються, збільшуються обсяги виробництва консервної промисловості, орієнтованої на покупців високорозвинених країн, куди постачають численні фруктові консерви, менше м'ясні та рибні вироби.

Світове виробництво тютюну зосереджене у двох групах країн: високорозвинених, ринок яких не тільки насичений тютюновими виробами, але і скорочується в результаті боротьби з курінням, і менш розвинених країнах, де споживання тютюнових виробів і їх виробництво зростають.

Тютюнова промисловість розвинена в Західній Європі і країнах, що працюють на привізній сировині. Найбільшим виробником тютюнових виробів є США, Китай, Індія, Німеччина, де головним центром є Берлін, оскільки в післявоєнні роки саме Західний Берлін мав великі ресурси незайнятої робочої сили. Стрімко зростає тютюнова індустрія в Китаї.

Приблизно те саме явище характерне для виробництва вин або випуску пива та горілчаної продукції. Якщо у високорозвинених країнах виробництво поступово скорочується, то в нових індустріальних країнах не лише істотно

зростають обсяги виробництва пивоварної чи горілчаної промисловості, але і розширюється виробництво вина, хоча й незначною мірою.

В останні десятиліття виноробство в країнах Західної Європи зменшилося більше ніж на 10 млн гал. Італія традиційно посідає перше місце у світі з виробництва виноградних вин (67 млн гал), друге місце - Франція (61 млн гал). На ці дві країни припадає 40% світового виноробства, інші країни світу виготовляють 180 млн гал. Серед них у Європі великими виробниками стали Іспанія (15-18 млн гал), Португалія (10-12 млн гал) і Німеччина (10 млн гал). У Західній півкулі виокремлюються США (20 млн гал) й Аргентина (8-10 млн гал).

У пивоварстві великими виробниками є США, Німеччина, Велика Британія та багато інших західноєвропейських країн, але їх виробництво зростає тільки за рахунок експортного попиту. Лише в Японії, нових індустріальних країнах і в Китаї істотно збільшується виробництво пива; туди ж вивозиться і велика частка європейських надлишків пива.

Харчова промисловість має великі територіальні відмінності: якщо в розвинених країнах продовольства випускається в кілька разів більше потреб населення, то в розвиваються і відсталих країнах через брак продовольства часто буває голод [13].

Країни світу за рівнем якості харчової продукції представлені у Додатку А. Бачимо, що найякісніша продукція харчування у таких європейських країнах, як Нідерланди, Швейцарія, Франція, Бельгія та Австрія, найгірша – у ЧАД, Ефіопії та Анголі.

Завданням харчової промисловості було і залишається вирішення однієї з глобальних проблем людства — продовольчої. Для цього потрібне не лише нарощування обсягів виробництва основних продуктів харчування, а й раціональне, у тому числі географічне використання наявних продовольчих ресурсів. Вирішити це питання самостійно намагаються навіть ті країни, агрокліматичні ресурси яких є вкрай обмеженими. Наприклад, в Об’єднаних Арабських Еміратах продукція рослинництва вирощується в теплицях зі спеціальним обладнанням, що не тільки збільшує вологість повітря, а й знижує

його температуру. На розвиток галузі також впливатиме запровадження нових технологій виробництва харчових продуктів із різноманітної сировини [25].

Регулювання експортними операціями в Україні здійснюється згідно до:

1. Законів України,
2. Указів Президента України,
3. Декретів Кабінету Міністрів України,
4. Положень Міністерства економіки України, Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України, інших міністерств та відомств, що регулюють окремі питання тарифного і нетарифного характеру,
5. Угодами, що укладені Україною з іншими державами
6. Іншими законодавчими актами України.

Відповідно до статті 18 Конституції України «зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загальновизнаними принципами і нормами міжнародного права».

В статті 17 Конституції на державу покладається функція забезпечення економічної безпеки країни. Отже, основний Закон України акцентує увагу на першочерговості відстоювання національних інтересів у веденні зовнішньоекономічної діяльності. Це поширюється і на законодавчо-нормативні акти, які регулюють зовнішньоекономічні операції, зокрема експортні [1].

На зовнішніх ринках основним законом, що регулює діяльність підприємств України є Закон "Про зовнішньоекономічну діяльність". В ньому визначено основні терміни, що застосовуються в практиці зовнішньоекономічної діяльності, закріплено основні принципи та правила здійснення зовнішньоекономічної діяльності, подано перелік можливих видів зовнішньоекономічної діяльності, визначено суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, їх права та обов'язки, законодавчо закріплено регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Даний закон регулює економічні відносини України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями, захищає права та інтереси держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, зумовлює відповідальність України як

держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності при порушенні ними Законів України чи обов'язків, пов'язаних з виконанням контракту, а також визначає застосування до них санкції.

Відповідно до статті 1 Закону експорт товарів визначається як «продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в не грошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України» [3].

При укладенні договорів, щодо здійснення експортних операцій суб'єкти повинні використовувати затверджені Міністерством закордонних справ України *"Положення про форму зовнішньоекономічного контракту",* в якому визначено основні умови укладання договорів купівлі-продажу, а також спеціальні правові акти, в яких закріплено деякі аспекти цих договорів [8].

Здійснення розрахунків в експортній діяльності регулюється Декретом Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" і Законом України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті».

Перерахованими вище документами встановлений режим здійснення валютних операцій на території України, визначені принципи валютного регулювання, повноваження державних органів, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин [4,6].

Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" експорт є валютною операцією, бо експорт пов'язаний з використанням валютних цінностей в міжнародному обігу як засобу платежу.

У розрахунках між резидентами і нерезидентами в межах торговельного обороту як засіб платежу використовується іноземна валюта. Такі розрахунки можуть здійснюватися лише через уповноважені банки з використанням рахунків в іноземній валюті відповідно до Інструкції про порядок відкриття, використання

і закриття рахунків у національній та іноземних валютах. У валюті України здійснення розрахунків між нерезидентами та резидентами в межах торговельного обороту допускається тільки за наявності індивідуальної ліцензії Національного банку України [6].

Необхідною умовою вивезення товару з країни через митний кордон є виконання процедур з декларування товару на митниці, які встановлені Митним кодексом України. Вивізне мито нараховується на митну вартість товару, яка визначається відповідно до розділу XI Митного кодексу України. «Митна вартість товарів – це заявлена декларантом або визначена митним органом вартість товарів, що переміщуються через митний кордон України, яка обчислюється на момент перетинання товарами митного кордону України відповідно до положень Митного кодексу» [2].

Основою законодавчої бази страхування експортних операцій є Декрет Кабінету Міністрів України «Про страхування» [7].

Для запобігання демпінгу використовується Указ Президента України «Про заходи щодо запобігання експорту товарів походженням з України за цінами, що можуть розглядатися як демпінгові, та врегулювання торговельних спорів» (втратив чинність, крім статей 6,7, 8, 9) [5].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Експортний потенціал підприємства – це можливість підприємства виконувати функцію суб’єкта міжнародної економічної діяльності, виготовляючи продукцію, яка буде задовольняти потреби зовнішніх ринків.

Харчова промисловість світу складається з великої кількості галузей, основою яких є багатогалузеве сільське господарство. В її складі є первинне виробництво (рибальство, полювання), виробництво напівфабрикатів (борошномельне, цукрове, попередня обробка молока), виробництво готової продукції (сир, вершкове масло, молочні та м’ясні продукти, хліб, кондитерські вироби тощо), а також деяких непродовольчих товарів - тютюнових виробів, мила та мийних засобів, парфумерно-косметичної продукції.

За розміщенням усі галузі можна об'єднати у дві групи: ті, що орієнтуються на довізну сировину, і ті, що тяжіють до споживача. Промисловість вирішує одну з глобальних проблем людства — продовольчу.

У розвинених країнах, на відміну від країн, що розвиваються, наявні всі п'ять стадій просторово-територіальної і технологічної організації переміщення сільськогосподарської продукції від поля й ферми до споживача: виробництво — обробка — пакування — транспортування — реалізація.

Сьогодні головними виробниками і споживачами продукції харчової промисловості є розвинені країни світу.

Найбільше продовольства експортують американські країни - США, Бразилія, Канада, Аргентина, а також Китай. Троє з цієї п'ятірки належать і до найбільших у світі імпортерів продовольства. Причому лідер в обох випадках залишається незмінним - США. За ними послідовно розташовуються Японія, Китай, Росія і Канада.

За оцінками ФАО, світове виробництво м'яса в живій вазі до 2026 року збільшиться на 13% В основному це відбудеться завдяки таким країнам, як США, Китай, Бразилія та країни ЄС. Найбільше зростання очікується по виробництву м'яса птиці (45 відсотків від усього приросту). Очікується зростання виробництва яловичини на 11%, зокрема 75% успіху забезпечать Бразилія, Мексика, Пакистан і Індія. Виробництво свинини, навпаки, буде сповільнюватися.

Щодо молока, то до 2012 року ФАО прогнозує нарощення виробництва на 22%. Очікується, що розвинені країни поступляться лідерством у виробництві молока країнам, що розвиваються. Здебільшого ця тенденція стосуватиметься Азії, значна частка припадатиме на Індію та Пакистан.

У світовому виробництві цукру 2/3 припадає на тростинний і 1/3 – на буряковий. Великими експортерами цукру є Бразилія, Куба, Австралія, ПАР і Таїланд, а такі європейські країни, як Франція, Нідерланди, Німеччина поступово знижують обсяги виробництва. Великими імпортерами є Росія, США, Японія, деякі європейські країни, Іран.

Найбільшим виробником тютюнових виробів є США, Китай, Індія, Німеччина. Стрімко зростає тютюнова індустрія в Китаї.

Схожа тенденція спостерігається серед країн-виробників вин, пива та горілчаної продукції: у високорозвинених країнах виробництво поступово скорочується, а в нових індустріальних країнах навпаки зростає. Провідними виробниками та експортерами виноградних вин є Італія, Франція, США та Іспанія. У пивоварстві великими виробниками є США, Німеччина, Велика Британія, Японія та Китай.

Для підвищення своєї конкурентної позиції українським підприємствам необхідно орієнтуватися на кращий світовий досвід, виходячи на іноземні ринки збуту та вивчаючи досвід конкурентної боротьби у складних умовах зовнішнього

конкурентного середовища. Розвиток експортного потенціалу українських підприємств дозволить не тільки отримати додаткові доходи та завантажити потужності, що не використовуються, але й сприятиме зміцненню конкурентоспроможності та збільшенню ефективності діяльності підприємств.

Із метою пов'язання цих проблем необхідно провести реконструкцію і технологічну модернізацію виробничих потужностей підприємств харчової промисловості та машинобудування, яке випускає устаткування для цієї галузі, сільськогосподарського машинобудування, виробничої інфраструктури.

Такі зміни позитивно вплинуть на розвиток харчовій промисловості України та на економіку країни.

Нормативно-правова система, що забезпечує здійснення експортної діяльності в Україні, має такі основні напрямки:

1) регулювання проведення експортних операцій – це визначення основ, принципів та порядку проведення експортних операцій (Конституція України, Митний та Господарський кодекси, Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та ін.);

2) контроль проведення експортних операцій – це встановлення заходів, що контролюють експортні операції з метою захисту вітчизняних інтересів (Укази Президента України, Декрети Кабінету Міістрів та ін.)

Нормативно-правова база регулювання експортних операцій постійно оновлюється та удосконалюється, що є позитивним для розвитку бізнесу, проте розвиток міжнародних економічних відносин України потребує детальнішого дослідження інфраструктури проведення зовнішньоекономічних операцій підприємствами та її законодавчо-нормативного забезпечення.

Відбувається постійне зростання обсягів зовнішньоекономічних операцій вітчизняних підприємств, що прослідковується в динаміці показників платіжного балансу України. Це відбувається на фоні зростання зовнішньоторговельного обороту України та припливу іноземної валюти. З боку уряду в даному напрямку доречним буде скасування невиправданих нетарифних та тарифних обмежень в зовнішньоекономічній діяльності, допомога в освоєнні українськими

підприємствами нових ринків за кордоном та заохочення іноземних інвестицій в Україну.

Для підтримання конкурентоспроможності підприємства на зарубіжних ринках слід використовувати комплексний підхід до оцінки на всіх трьох рівнях діяльності підприємства – від стратегічного до оперативного.

Науковці, що досліджували експортний потенціал підприємства, торкались питання його визначення та оцінки. Деякі з дослідників сумніваються у можливості точної кількісної оцінки експортного потенціалу через дуже велику кількість факторів, що на нього впливають та суб'єктивний характер відбору показників оцінки та самої категорії експортного потенціалу.

На сьогоднішній день не існує загальноприйнятої методики визначення оцінки експортного потенціалу підприємства. Як правило, дослідження експортного потенціалу зводиться до аналізу динаміки, товарної, географічної структур підприємства та прогнозу експорту даними структурами.

Експортний потенціал підприємства визначається складовими елементами, що визначають різні аспекти його діяльності. Існує декілька методичних підходів до оцінки окремих показників діяльності підприємства, відповідно до яких можна зрозуміти якою повинна бути методика розрахунку експортного потенціалу підприємства.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

2.1. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

Компанія “ЛАНТМАННЕН АКСА” є частиною скандинавського харчового концерну Lantmannen.

Lantmannen — це скандинавський холдинг зі штаб-квартирою в Стокгольмі, який працює в чотирьох напрямках: продукти харчування, техніка, зернотрейдинг і енергетичний підрозділ, який представлений виробництвом біоетанолу та паливних пелет [9].

Під час виробництва продуктів харчування головними принципами роботи Lantmännen є натуральність висока якість сировини, виробництво без консервантів і штучних добавок та використання цільного зерна [33].

Символ компанії — паросток, один із найдавніших символів життя, звідки й походить девіз компанії: брати найкорисніше від землі та створювати умови для повноцінного життя, виготовляючи високоякісні та безпечні продукти харчування”.

Продукція компанії користується величезним попитом і продається в 45 країнах світу. Річний оборот концерну складає більше 3 мільярдів доларів США. Представництва компанії розташовані в 18 країнах, а кількість працівників складає понад 10 000 людей.

На масштаби діяльності концерну вказують такі факти:

- Щодня виготовляється понад 2 мільйони булочок для гамбургерів та хот-догів.
- Lantmannen — найбільший виробник датської випічки в скандинавських країнах.
- Випічку компанії постачають на великі круїзні лайнери та навіть до Білого дому.
- Концерн являється єдиним виробником макаронних виробів, а також виробником найкращих комбайнів, тракторів та будівельної техніки в Швеції.
- Компанія щороку постачає солодовий ячмінь для виробництва 5,7 мільярдів літрів пива — половину річного споживання пива у Німеччині.
- Концерт щороку виготовляє паливні пелети для обігріву близько 70 тисяч житлових будинків.
- Це найбільший у Скандинавії виробник їжі для собак та котів.

Швецький концерн Lantmannen свою діяльність будує на традиціях фермерських співтовариств кінця XIX ст., які були сформовані на засадах демократичності управління, контролю якості продукції, чесного розподілу отриманого прибутку та річних фінансових внесків їхніх членів. На базі одного з таких союзів у 1880 році виник Lantmannen.

Протягом майже 140 років існування компанії, фермерські традиції не лише продовжувались, а й розвивались і створювали сільськогосподарські союзи. Нові шведські фермери поступово долучались до виробництва і зараз кількість власників становить понад 29 000 чоловік.

У 1991 році на Бориспільському заводі продтоварів було вперше в Україні встановлено обладнання високотехнологічного рівня для виготовлення швидких сніданків англійської компанії APV-Baker. Це вперше в Борисполі виготовили високоякісну продукцію на основі зернових. Компанія запустила виробництво подушечок, пластівців та фігурних виробів.

1996 року підприємство було приватизовано.

1997 року було створено торгівельну марку “START!”, асортимент на яку за період її існування зріс від 2 до 35 найменувань.

У 2000 році завод ввійшов до складу найбільшої шведської компанії “Cerealia Group” та змінив свою назву на ВАТ “Сіріалія Україна”.

У 2004 році створили бренд “АХА” та почали виробляти злакові суміші та мюслі.

12 квітня 2006 року підприємство увійшло до складу концерну Lantmannen, а назва компанії була змінена на ВАТ “Лантманенн Акса”.

19 квітня 2011 року ВАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» було перейменовано на ПАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА”.

З початку 2015 року ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є лідером з виготовлення сухих сніданків в Україні [34].

В цілому з 2000 року шведський агрохолдинг Lantmannen інвестував у модернізацію бориспільського підприємства з виробництва готових сніданків $15 млн. За словами генерального директора «ЛАНТМАННЕН АКСА» Червак І.І., за ці кошти було удосконалено процес виробництва продукції, зокрема, придбано лінію з фасування каш в пакетики та нову пакувальну машину для фасування в пакети готових сумішей. Запущено нову лінію по виробництву мюслів “АХА” та лінію для виробництва сніданків START.

У концерну є фабрики з виробництва свіжого хліба, круасанів та булочок в Бельгії, Англії, Угорщині, Німеччини, Польщі, Росії. В майбутньому планується вихід компанії на український ринок хліба [9].

Сьогодні компанія «ЛАНТМАННЕН АКСА» є безсумнівним лідером в Україні у сегменті виробництва сухих сніданків і займає близько 60% ринку [20].

Компанія використовує унікальні технологій виробництва, постійно збільшує та урізноманітнює власний асортимент. Бренди “START!” та “АХА” користуються великою популярністю не лише на території України, але й за кордоном. Продукція компанії успішно продається у 45 країнах світу: в Росії, Узбекистані, Казахстані, Молдові, Грузії, Естонії, Литві, Латвії та Данії

70 % продукції надходить до українських магазинів, 30% експортується до інших країн.

Органічну сировину для виготовлення продукції закуповують переважно в Україні.

Потужність виробництва — 25 тонн на добу і близько 7 тисяч тонн в рік.

Завод працює цілодобово у три зміни.

Всього на підприємстві працює 215 працівників [18].

Концепція діяльності підприємства: “Ми несемо відповідальність за якість нашої продукції від землі до столу. Це означає, що від початку виробничого циклу — посіву зернових культур — і до кінцевої обробки та виробництва, від сировини до продукту в супермаркеті ми контролюємо якість наших продуктів та забезпечуємо її виключно високий рівень”.

Також Lantmannen є учасником багатьох екологічних проектів: виробництво нових видів здорової їжі, розвиток агрокультури майбутнього, перехід на природні джерела енергії.

Дуже важливим для діяльності компанії є відповідальність за землю, на якій воно функціонує. Сучасні технології допомагають залишати землю в кращому стані після її використання [34].

Вся продукція підприємства виготовляється на обладнанні англійської компанії APV-Baker із застосуванням технології екструзії. Це спосіб обробки сировини, при якому маса механічно пропускається через гвинтовий робочий механізм екструдера, піддаючись впливу температури в 120-150 °С і високого тиску (до 40 атмосфер) протягом декількох секунд. Далі розігріта зернова маса з гвинтовою частини з високим тиском потрапляє в область низького тиску на виході з обладнання, за рахунок чого відбувається «вибух» - продукт збільшується в об'ємі, розриваються зв'язку на клітинному рівні. З екструдера виходить спучений пористий продукт у вигляді джгута. Термообробка проводиться настільки швидко, що всі корисні речовини та вітаміни повністю зберігаються у готовому продукті. Завдяки екструзії продукт не містить холестерину і має ідеальний баланс поживних речовин та клітковини [49].

Контроль якості продукції починається з моменту відбору сировини і закінчується виходом готової продукції.

Перекуси та сніданки АХА виготовляються на заводах України, Австрії та Угорщини за найвищими міжнародними стандартами. Сам процес виробництва є

повністю автоматизованим і закритим, основні органолептичні та фізико-хімічні показникі продукції на виробництві замірюються кожні півтори години.

На підприємстві проводиться ретельний аналіз якості сировини. В виробництво надходять лише добірні сорти пшениці, кукурудзи, ячменю, вівса та інших злаків [34].

Вся продукція компанії Lantmannen відповідає міжнародним стандартам ISO (International Organization for Standardization). Українське підприємство «ЛАНТМАННЕН АКСА» сертифіковане за системами менеджменту якості і безпеки продуктів харчування відповідно до вимог ISO 9001:2008, ISO 22000:2005 та SMETA. Проводиться контроль якості продукції та забезпечується її високий рівень – від початку виробничого циклу до надходження продукту в супермаркет.

На всіх етапах виробництва функціонує система оцінки якості та безпеки продукції – починаючи з підготовки сировини і до фасування готової продукції, тобто проводиться дотримання гігієнічних стандартів, роботи персоналу і документальне забезпечення всього проесу виробництва.

“ЛАНТМАННЕН АКСА” регулярно проходить аудити якості від великих міжнародних компаній, таких як FOZZY GROUP, АШАН Україна, McDonald’s тощо.

Також компанія має “Сертифікат органіки”, що надає право виробляти органічні продукти і використовувати маркування “євролист” при упаковці [33].

У 2012 році компанія впровадила в себе японську систему КАЙДЗЕН, яка дозволяє постійно вдосконалюватися і досягати потрібних результатів [20].

Кайдзен – це система безперервного покращення якості, технологій, процесів, корпоративної культури, продуктивності праці, надійності, лідерства та інших аспектів функціонування компанії.

Основну увагу система Кайдзен направляє на якість персонал, адже саме від персоналу залежить якість продукції і послуг, що випускаються. Ця система залучає до процесу покращення кожного працівника підприємства – від керівника до звичайного співробітника.

Кожен співробітник організації постійно пропонує якісь поліпшення. Пропозиції робляться не епізодично протягом місяця або року, а постійно. У більшості випадків ці поліпшення не є суттєвими, проте завдяки ним може вдосконалитись діяльність компанії. В цьому і полягає суть системи Кайдзен - велика кількість малих, незначних покращень призводить до суттєвого поліпшення якості [15].

Також, на підприємстві впроваджена система LEAD (кодекс LEAD), яка націлена на підвищення результативності на підприємстві.

Головний принцип компанії: «Ідеальна якість продукту та сервісу за оптимальною ціною».

Філософія компанії: «Сьогодні ми робимо речі краще, ніж учора» [20].

Висока якість продукції підприємства насамперед залежить від якості сировини. “ЛАНТМАННЕН АКСА” дуже відповідально підходить до вибору складників, що входять до рецептур продукції, якості сировини та до того, як постачальник сировини турбується про якість своїх продуктів. Компанія ретельно розробляє рецептури, підбирає корисні та натуральні продукти, працює з кращими постачальниками й використовує тільки прості процеси приготування для того, щоб готові сніданки були смачними і корисними.

Компанія “ЛАНТМАННЕН АКСА” дуже ретельно ставиться до процесу вибору постачальників: відстежує походження інгредієнтів(ягід, фруктів, зерна тощо), необхідних для виробництва; проводить аудити виробництв постачальників, щоб переконатись в якості сировини; вимагає слідувати Кодексу ділової етики постачальників та мати усі міжнародні сертифікати якості [33].

“ЛАНТМАННЕН АКСА” виробляє сніданки та перекуси з різноманітних смачних та корисних продуктів на основі зернових:

1. Пластівці:

- AXA Harmony Natural (Мультизернові пластівці збагачені мінералами)
- AXA Harmony Tropic (Мультизернові пластівці збагачені мінералами з тропічними фруктами)

- AXA Harmony Apple Juice (Кукурудзяні пластівці з висівками та яблучним соком)
- AXA Harmony Buckwheat (Гречано-пшеничні пластівці з висівками)
- AXA Harmony Cranberry Juice (Вівсяно-пшеничні пластівці з висівками та соком журавлини)
- START! Corn Flakes (Кукурудзяні пластівці натуральні)
- START! Frosted Corn Flakes (Кукурудзяні пластівці глазуровані)
- START! Honey Corn Flakes (Кукурудзяні пластівці медові)

2. Мюслі:

- START! Musli Tropic (Мюслі тропічні з медом)
- START! Musli Strawberry (Мюслі з полуницею медові)
- START! Musli Fruits (Мюслі фруктові з медом)
- START! Musli Chocolate Banana (Мюслі з шоколадом і бананом медові)
- START! Musli Chocolate (Мюслі шоколадні з медом)
- AXA Musli Crispy Granola Chocolate And Nuts (Мюслі хрусткі медові з шоколадом і горіхами)
- AXA Musli Crispy Granola Fruits And Nuts (Мюслі хрусткі медові з фруктами і горіхами)
- AXA Musli Crispy Granola Tropic Fruits (мюслі хрусткі медові з тропічними фруктами)
- AXA Musli Crispy Granola Berries (Мюслі хрусткі медові з ягодами)
- AXA Musli Crispy Granola Exotic Mix (Мюслі хрусткі медові з насінням льону, журавлиною і кокосом)
- AXA Musli One Moment Made Oriental (Мюслі східні)
- AXA Musli One Moment Made Tropic (Мюслі тропічні)

3. Фігурки:

- START! Cocoa Pics (Готовий зерновий сніданок)
- START! Balls Duo (Кульки дуо старт)
- START! Cocoa Balls (Кульки з какао)
- START! 4 Cereals Loops (Кільця 4-х видів зернових глазуровані)

- START! Balls and Loops (“Шарики ролики”)
- START! Jolly Roger (“Веселий Роджер”)
- START! Milk Pillows (Подушечки з молочною начинкою)
- START! Cocoa Pillows (Подушечки з какао-начинкою)
- AXA Harmony Oat Pillows (Вівсяні подушечки)

4. Каші:

- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з тропічними фруктами
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з вершками та лохиною
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування “Цитрус”
- AXA Premium. Гречані пластівці
- AXA Premium. Вівсяні пластівці швидкого приготування
- AXA Premium. Цільнозернові вівсяні пластівці
- AXA Premium. Пластівці 4 злаки
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з курагою
- AXA Premium. Каша гречана миттєвого приготування
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з насінням льону
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування класична
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з вершками та лісовими ягодами
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з вершками та полуницею
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з полуницею
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з чорницею
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з яблуком та корицею
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування з журавлиною
- AXA Premium. Каша вівсяна миттєвого приготування асорті

5. Батончики:

- АХА Orange&Chocolate (Зерновий батончик з шоколадом та шматочками апельсина)
- АХА Strawberry&Chocolate (Зерновий батончик з молочним шоколадом та полуницею)
- АХА Wild Berries (Зерновий батончик з лісовими ягодами)
- АХА Fruits&Hazelhunt (Зерновий батончик з фруктами та горіхами)
- АХА Nuts&Chocolate (Зерновий батончик з шоколадом та горіхами)

6. Маша та Ведмідь:

- Кукурудзяні пластівці з карамеллю
- Кільця з какао
- Готовий хрусткий сніданок з какао
- Кукурудзяні кульки

7. Finn Crisp:

- Finn Crisp Сухарики мультизернові
- Finn Crisp Житні сухарики з кмином
- Finn Crisp Житні сухарики з коріандром
- Finn Crisp Житні сухарики Original
- Finn Crisp Хлібці мультизернові
- Finn Crisp Хлібці пшеничні з насінням кунжуту
- Finn Crisp Хлібці житні цільнозернові традиційні
- Finn Crisp Hi-Fibre Хлібці житні цільнозернові традиційні з житніми висівками
- Finn Crisp Житні сухарики з часником

8. B2B продукти:

- Готовий сухий сніданок з какао
- Кільця з какао
- Кукурудзяні кільця
- Кукурудзяні пластівці з ароматом карамелі
- Подушечки з какао-начинкою
- Подушечки з молочною начинкою
- Рисові кульки

- Кукурудзяні пластівці натуральні
- Пшеничні пластівці
- Рисові кульки глазуровані
- Мультизернові пластівці
- Пшеничні кульки з какао [16].

Під час виробництва готових сніданків проводиться процес сублімації. Сублімація – це виробничий процес, що дозволяє «висушити» ягоди та фрукти в умовах вакууму шляхом глибокої заморозки. Сублімовані ягоди та фрукти – це натуральні продукти, що повністю передають смак, аромат і колір свіжих плодів. Сублімовані продукти зберігають харчову цінність та поживні характеристики, мають легку вагу. Дана технологія на сьогоднішній день інноваційна та найбільш оптимальнадля зберігання ягід та фруктів. Підприємство "ЛАНТМАННЕН АКСА" використовує процес сублімація для зберігання корисних валстивостей таких продукців: полуниці, вишні, чорниці, ожини, малини та інших ягід та фруктів, щоб споживач міг насолодитись смаком літа в будь-яку пору року.

Для забезпечення високої якості продукції підприємства, провідні фахівці та експерти працюють напряму з виробниками і постачальниками, ретельно підбирають інгредієнти.

В Україні є власний відділ розробки нових продуктів (R&D - Research & Development). Експерти постійно працюють над розробкою нових та унікальних рецептур, над способами зробити їх ще більш смачними та корисними [33].

Компанія слідкує за тим, щоб продукція розвивалася відповідно до попиту на неї з боку споживачів та періодично оновлює асортимент товарів.

За результатами журналу "Бізнес" та разом з Асоціацією фахівців з управління персоналом HR Forum компанія "ЛАНТМАННЕН АКСА" увійшла в ТОП-10 найкращих роботодавців 2017 року одразу в двох номінаціях: "Краща HR-команда" та "Сильний топ-менеджмент — Dream Team".

Також компанія щомісяця випускає газету "Lantmannen Times", в якій можна прочитати про життя компанії та про її працівників [18].

Товариство здійснює ведення бухобліку та складає фінансову звітність у відповідності із Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову

звітність в Україні" та МСФЗ, керуючись принципами автономності підприємства, безперервності діяльності підприємства, періодичності, історичної (фактичної) собівартості, пріоритетності оцінки активів, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання, нарахування та відповідності доходів і витрат, повного висвітлення, послідовності, обачності, превалювання змісту над формою, єдиного грошового вимірника.

Дата переходу на МСФЗ – 1 січня 2012 року.

Валюта звітності за МСФЗ – українська гривня.

Товариство у 2017 році проводило трансформацію фінансової звітності у формат МСФЗ через перекласифікацію облікової інформації шляхом проведення відповідних коригувань та підготовки відповідних трансформаційних таблиць.

Методика поетапної трансформації даних національної фінансової звітності у формат МСФЗ викладена Товариством в Додатку №7 до Наказу "" Про облікову політику та організацію бухгалтерського обліку у 2017 році"".

Для складання фінансової звітності за МСФЗ в 2017 році використовувався Робочий план рахунків ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» , викладений в Додатку №2 до Наказу «Про облікову політику та організацію бухгалтерського обліку у 2017 році».

За даними, наведеними в балансі підприємства можна визначити вартість усього майна підприємства на звітну дату. Для більш повного аналізу фінансового стану підприємства був проведений аналіз структури активів та пасивів балансу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за 2013-2017 роки (Додатки А, Б).

Із даних нищенаведеної таблиці аналізу майнового стану підприємства можна сказати, що власність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» протягом 2013-2017 років поступово збільшувалася, це говорить про те, що підприємство вдало розширює свою фінансову діяльність. Також це може позитивно відобразитись на подальшій господарській діяльності підприємства. Інформація, яка наведена в пасиві балансу, дає змогу визначити, чи відбулися якісь зрушення у складі власного чи позичкового капіталу, яку кількість короткострокових і довгострокових коштів, має в своєму обороті підприємство. Отже, пасив дає

змогу побачити джерела утворення коштів, спрямованих на формування майна підприємства.

Вартість запасів підприємства увесь час зростала протягом 2013 – 2017 років. У 2013 році вона становила 11 894 грн, а у 2017 році становила 41 193 грн. Зростання вартості запасів має позитивний характер лише тоді, коли не відбувалося зниження оборотності запасів. У іншому випадку це є негативним явищем.

Таблиця 2.1.

Вартість чистих активів ПрАТ "ЛАН ТМАННЕН АКСА" 2013-2017 роки

Найменування показника	2013	2014		2015		2016		2017	
	факт	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.
Розрахункова вартість чистих активів (тис грн)	28568	19019	-9549	-1645	-20664	43575	45220	64074	-43575
Статутний капітал (тис грн)	20950	20950	0	20950	0	63262	42312	63262	-63262

Джерело: https://smida.gov.ua/.

Розрахункову вартість чистих активів та статутний капітал ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за 2013-2017 роки бачимо в Таблиці 2.1. Бачимо, що статутний капітал за 2016 рік зріс майже на 43000 тис. грн. Вартість чистих активів зростала з 2015 до 2017 років і перевищила обсяг статутного капіталу.

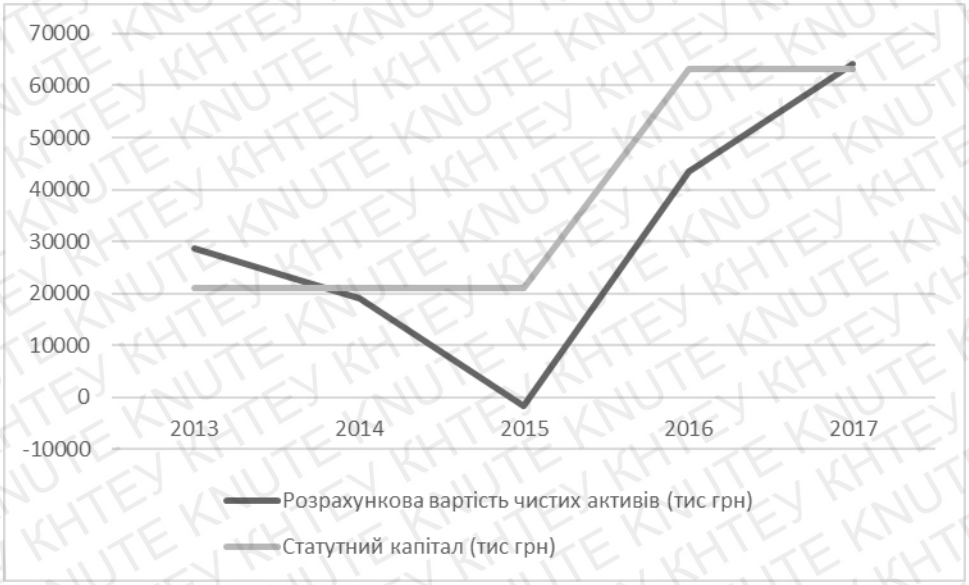

Рис. 2.1. Вартість чистих активів ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" 2013-2017 роки

Джерело: https://smida.gov.ua/.

Таблиця 2.2.

Розрахунок показників ліквідності ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за 2013-2017 рр.

Показники	Код рядка, формула розрахунку	Рік								
		2013	2014		2015		2016		2017	
		факт	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-
Коефіцієнт загальної ліквідності	1195/1695	2,97	3,43	0,46	2,62	-0,81	2,65	0,03	3,36	0,71
Коефіцієнт поточної ліквідності	(1195 - 1100)/1695	2,16	2,63	0,46	2,04	-0,58	2,04	0,00	2,43	0,39
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1165/1695	0,01	0,19	0,18	0,05	-0,14	0,67	0,62	0,38	-0,28

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» (Додаток Б).

Проаналізувавши показники ліквідності підприємства, бачимо, що коефіцієнт загальної ліквідності більший за 2 і поступово зростає – це означає, що платоспроможність підприємства висока і фінансового ризику для підприємства та його партнерів немає. Нормативним вважається значення даного коефіцієнта більше 2.

Проте, при значно високому коефіцієнті ліквідності (3,4), так як у 2017 році на підприємстві, виникають сумніви щодо ефективності використання оборотних активів підприємства.

Коефіцієнт поточної ліквідності повинен перевищувати 1, що і спостерігається на даному підприємстві. Це означає, що підприємство спроможне у разі падіння обсягів реалізації покрити свої зобов'язання перед кредиторами. Підприємство має низький фінансовий ризик, а значить потенційні можливості для залучення додаткових фінансових ресурсів.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності повинно перевищувати 0,2 - 0, 25. На даному підприємстві спостерігається нестійке підвищення коефіцієнта – це одначає, що підприємство в 2013-2016 рр. не булоготове негайно ліквідувати короткострокову заборгованіст. Проте, в 2017 році ситуація покращилась і коефіцієнт ліквідності є позитивним.

Таблиця 2.3.

Розрахунок показників платоспроможності (фінансової стійкості) ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за 2013-2017 рр.

Показники	Код рядка, формула	Рік				
		2013	2014	2015	2016	2017

	розрахунку	факт	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-
Коефіцієнт платоспроможності	1495/(1593+1695)	0,54	0,20	-0,34	-0,01	-0,22	0,28	0,30	1,09	0,81
Коефіцієнт заборгованості	(1593+1695)/1495	1,84	4,88	3,04	-87,12	-92,00	3,52	90,64	0,91	-2,61
Коефіцієнт фінансової автономії	1495/1900	0,35	0,17	-0,18	-0,01	-0,18	0,22	0,23	0,30	0,08
Коефіцієнт фінансової залежності	1900/1495	2,84	5,88	3,04	-86,12	-92,00	4,52	90,64	3,30	-1,23
Коефіцієнт фінансового левериджу	1595/1495	1,33	3,79	2,46	-66,01	-69,80	2,28	68,29	1,61	-0,68
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами запасів	(1495-1095)/1100	-0,76	-1,31	-0,55	-2,61	-1,30	-0,36	2,25	0,04	0,40

Коефіцієнт як збільшувався, так і зменшувався. Ця зміна залежала від джерел фінансування фондів, що формувались підприємством для розширення підприємницької діяльності. Саме співвідношення видів коштів (власних або залучених), що використовуються як джерела фінансування, показує фінансову стійкість підприємства, його можливість розвиватися за рахунок власних коштів.

Коефіцієнт заборгованості (обернена величина до коефіцієнту платоспроможності) більший за 0,5 – це означає, що у підприємства значно зростає ризик несплати боргів. Фінансова стійкість підприємства під загрозою.

Коефіцієнт автономії складає менше 0,5. Ця дозволяє припустити, що всі зобов'язання підприємства не можуть бути покриті власними активами.

Коефіцієнт фінансової залежності більше 1. Перевищення власних коштів над позиченими вказує на те, що підприємство має нестійкий фінансовий стан і залежить від зовнішніх джерел.

Коефіцієнт фінансового левереджу характеризує відношення довгострокових зобов'язань і джерел власних коштів підприємства. Нормативне

значення коефіцієнту фінансового левериджу не повинно бути більшим за 1, на даному підприємстві значення коефіцієнту значно перевищує норму.

Коефіцієнт забезпеченості власними засобами повинен перевищувати 0,1, тільки в 2017 році показник превищує нормативне значення. Збільшення коефіцієнта означає, що у нього є надлишкові джерела формування оборотних активів, проте фінансовий стан підприємства нестійкий.

Таблиця 2.4.

Розрахунок показників рентабельності ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за 2014-2017 рр.

Показники	Рік						
	2014	2015		2016		2017	
	факт	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-	факт	абсолютне відхилення, +/-
1	2	3	4	5	6	7	8
Рентабельність продукції за	0,659	0,691	0,031	0,711	0,021	0,766	0,054

валовим прибутком							
Рентабельність продукції за операційним прибутком	0,256	0,140	-0,116	0,145	0,004	0,153	0,009
Рентабельність операційної діяльності	0,176	0,090	-0,086	0,094	0,004	0,100	0,005
Рентабельність звичайної діяльності	0,000	0,000	0,000	0,010	0,010	0,063	0,053
Валова рентабельність продажу	0,397	0,408	0,011	0,416	0,007	0,434	0,018
Операційна рентабельність продажу	0,155	0,083	-0,071	0,085	0,001	0,087	0,002
Чиста рентабельність продажу	0,000	0,000	0,000	0,010	0,010	0,052	0,042
Рентабельність активів	-0,082	-0,146	-0,064	0,016	0,162	0,097	0,081
Рентабельність власного капіталу	-0,484	12,562	13,045	0,073	-12,489	0,320	0,247
Рентабельність оборотних активів	0,000	0,000	0,000	0,023	0,023	0,138	0,115

Продовження Таблиці 2.4.

1	2	3	4	5	6	7	8
Рентабельність виробництва за операційним прибутком	0,764	0,433	-0,331	0,497	0,064	0,551	0,054
Рентабельність інвестованого капіталу	0,000	0,000	0,000	0,062	0,062	-5,545	-5,606
Коефіцієнт реінвестування прибутку	0,000	0,000	0,000	0,875	0,875	1,007	0,131

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» (Додаток Б).

Проаналізувавши показники рентабельності на підприємстві можна сказати, що так як в більшості випадків показники мають додатнє значення, то це свідчить

про позитивну ситуацію на підприємстві. Тобто, господарська та фінансова діяльність підприємства є ефективною і ця ефективність зростає з року в рік.

Статутний капітал становить 20 949 820 гривень 80 копійок. Статутний капітал поділений на 418 996 416 штук простих іменних акцій номінальною вартістю 0 гривень 05 коп. кожна.

Товариство формує резервний капітал у розмірі 15% від розміру статутного капіталу. Формується шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку.

Накопичений нерозподілений прибуток використовується як власні обігові кошти підприємства для здійснення господарської діяльності.

2.2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ФОРМУВАННЯ ТА ВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

Відповідно до нової редакції 2016 року Статуту ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .

Приватне акціонерне товариство “ЛАНТМАННЕН АКСА” є правонаступником Відкритого акціонерного товариства “ЛАНТМАННЕН АКСА” та Публічного акціонерного товариства “ЛАНТМАННЕН АКСА”, ідентифікаційний код 00378537.

Товариство створено в 1995 році як відкрите акціонерне товариство “Бориспільський завод продтоварів”, засноване відповідно до Наказу Регіонального відділення Фонду державного майна україни від 14 грудня 1995

року № 7/72-ВП шляхом перетворення Орендного підприємства “Бориспільський завод продтоварів” у відкрите акціонерне товариство згідно з Порядком перетворення в процесі приватизації державних підприємств у відкриті акціонерні товариства, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 07.12.1992 року № 686.

Згідно з рішенням Загальних зборів акціонерів Товариства, протокол № 4 від 17 квітня 2001 року, Відкрите акціонерне товариство “Бориспільський завод продтоварів” було перейменовано у Відкрите акціонерне товариство “Сіріалія Україна”.

Згідно з рішенням Загальних зборів акціонерів Товариства, протокол № 13 від 12 квітня 2006 року, Відкрите акціонерне товариство “Сіріалія Україна” було перейменовано у відкрите акціонерне товариство “ЛАНТМАННЕН АКСА”.

Згідно з рішенням Загальних зборів акціонерів Товариства від 18 квітня 2011 року, у зв’язку з необхідністю приведення діяльності Товариства у відповідність з нормами Закону україни “Про акціонерні товариства”, найменування Відкритого акціонерного товариства “ЛАНТМАННЕН АКСА” змінено на Публічне акціонерне товариство “ЛАНТМАННЕН АКСА”.

Згідно з рішенням Загальних зборів акціонерів Товариства від 6 червня 2016 року, у зв’язку зі зміною типу товариства на приватне акціонерне товариство, найменування публічного акціонерного товариства “ЛАНТМАННЕН АКСА” змінено на Приватне акціонерне товариство “ЛАНТМАННЕН АКСА”.

Повне найменування Товариства українською мовою – Приватне акціонерне товариство “ЛАНТМАННЕН АКСА”.

Скорочене найменування Товариства українською мовою – ПрАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА”.

Повне найменування Товариства англійською мовою – Private joint-stock company “Lantmannen Axa”.

Скорочене найменування Товариства англійською мовою – PrJSC “Lantmannen Axa”.

Мета діяльності: одержання прибутку від господарської, виробничої, інвестиційної та іншої діяльності.

Предмет діяльності:

1. Виробництво, переробка, пакування, оптова та роздрібна торгівля різними видами продукції харчової промисловості.
2. Виробництво, пакування та продаж товарів та продуктів народного споживання, а також для виробничо-технічних цілей, в тому числі агрохімікатів, пестицидів, засобів захисту рослин, мінеральних та інших добрив, кормів для тварин та інших товарів.
3. Виробництво та продаж пакувальних матеріалів для продуктів харчування та інших товарів.
4. Вирощування, переробка, зберігання та продаж різних видів сільськогосподарських культур.
5. Проведення всіх видів міжнародних торговельних операцій, включаючи, зокрема: експорт та імпорт продукції харчової промисловості, сільськогосподарських товарів і продуктів, в тому числі сировини та напівфабрикатів, обладнання та матеріалів, закуплених або проданих на міжнародних ринках через безпосередній продаж, бартер або у інших спосіб.
6. Надання посередницьких та маркетингових послуг.
7. Організація та експлуатація складів та обладнання для зберігання матеріалів, у тому числі надання консигнаційних послуг продавцям імпортованих товарів і продуктів згідно з українськими митними правилами та положеннями, зберігання товарів на замовлення.
8. Організація та надання послуг у сфері громадського харчування.
9. Надання будівельних, будівельно-монтажних та ремонтних послуг.
10. Організація у комерційних, освітніх або інших цілях виставок, конкурсів, показів, ярмарок, аукціонів, семінарів, конференцій та інших подібних заходів.
11. Проведення технічних та маркетингових науково-дослідницьких робіт та пропагування нових продуктів товариства.
12. Надання допомоги і консультацій з питань управління, технічних та адміністративних питань спорідненим та іншим особам.

13. Постачання всіх видів технічного устаткування для виробництва продуктів харчування з метою перепродажу їх українським виробникам.
14. Розробка і використання технологій ноу-хау, пов'язаних з діяльністю товариства.
15. Надання ліцензій або передача сільськогосподарським та іншим виробникам технологій і ноу-хау, інженерної та іншої технології, розробленої в ході діяльності товариства, а також захист будь-якої інтелектуальної власності, таким чином розробленої або набутої від акціонерів або інших осіб згідно відповідного законодавства.
16. Організація професійної підготовки у сфері вирощування, закупівлі, переробки та продажу різних видів сільськогосподарської продукції, включаючи організацію міжнародних навчальних поїздок для вивчення сільськогосподарського виробництва.
17. Організація та надання транспортних послуг для переміщення сільськогосподарських та інших вантажів в межах україни і за кордоном.
18. Дарування майна, майнових та немайнових прав.
19. Розповсюдження хімічних добрив та іншої продукції для сільського господарства, включаючи, але не обмежуючись, системи захисту рослин (в тому числі гербіциди, агрохімікати, пестициди та інсектициди).
20. Надання послуг окремим фермерам та сільськогосподарським підприємствам, включаючи сушку, сортування, сучасну упаковку сільськогосподарської продукції і збір зернових з використанням західних зернозбиральних машин, тракторів та іншої сільськогосподарської техніки.
21. Будівництво систем зберігання і розподілення паливно-мастильних матеріалів, переробка використаних нафтопродуктів, а також імпорт, транспортування і торгівля нафтопродуктами.
22. Здійснення орендних (лізингових) операцій щодо рухомого (обладнання, устаткування, механізми тощо) та нерухомого майна (будівлі, споруди, окремі приміщення тощо).
23. Здійснення інших, не перелічених вище видів діяльності, які подібні, пов'язані або сприяють досягненню товариством цілей його діяльності, що

встановлені в Статуті, якщо це не заборонено та не суперечить чинному законодавству України.

24. Діяльність, пов'язана з використанням, розробленням, виробництвом, виготовленням, зберіганням, перевезенням, придбанням, пересиланням, ввезенням, вивезенням, відпуском, знищенням прекурсорів списку №2 таблиці IV зазначеного в Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів з обігом яких пов'язана діяльність, що підлягає ліцензуванню, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 06 травня 2000 року №770.

Статутний капітал становить 20 949 820 (двадцять мільйонів дев'ятсот сорок дев'ять тисяч вісімсот двадцять) гривень 80 копійок.

Статутний капітал поділений на 418 996 416 (чотириста вісімнадцять мільйонів дев'ятсот дев'яносто шість тисяч чотириста шістнадцять) штук простих іменних акцій номінальною вартістю 0 (нуль) гривень 05 коп. Кожна.

Статутний капітал товариства

- збільшується шляхом підвищення номінальної вартості акцій або розміщення додаткових акцій існуючої номінальної вартості у порядку, встановленому чинним законодавством України.
- зменшується в порядку, встановленому чинним законодавством України, шляхом:
    - зменшення номінальної вартості акцій;
    - анулювання раніше викуплених товариством акцій та зменшення їх загальної кількості.

Товариство формує резервний капітал у розмірі 15% від розміру статутного капіталу. Формується шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку.

За рахунок чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства:

- ✓ виплачуються дивіденди;
- ✓ покриваються збитки минулих років;
- ✓ створюється та поповнюється резервний капітал;

- ✓ створюються та поповнюються інші фонди товариства;
- ✓ накопичується нерозподілений прибуток.

Накопичений нерозподілений прибуток використовується як власні обігові кошти підприємства для здійснення господарської діяльності.

Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність відповідно до чинного законодавства україни та предмету своєї діяльності. Держава не відповідає за зобов'язаннями товариства у зовнішньоекономічних відносинах.

Валютна виручка після проведення зовнішньоекономічної операції зараховується на валютних рахунок товариства і використовується ним відповідно до чинного законодавства України.

У всьому, що не врегульовано Статутом, підприємство керується чинним законодавством України [41].

До внутрішніх положень підприємства належать:

- Положення про Наглядову раду;
- Положення про Загальні збори акціонерів;
- Положення про Генерального директора;
- Положення про Ревізійну комісію.

Відповідно до Положення про Наглядову Раду Приватного акціонерного товариства "ЛАНТМАННЕН АКСА" наглядова рада є колегіальним органом управління товариства, який забезпечує захист прав акціонерів Товариства та здійснює контроль за діяльністю Генерального директора Товариства.

Кількісний склад ради встановлюється Загальними зборами акціонерів, при цьому не може становити менше 3 членів. До складу входять Голова та члени Наглядової ради.

Голова Наглядової ради обирається членами Наглядової ради з їх числа на засіданні Наглядової ради простою більшістю голосів.

Наглядова рада в межах своєї компетенції, встановленої законодавство, Статутом, цим та іншими Положеннями:

- забезпечує захист прав акціонерів Товариства;
- здійснює контроль за діяльністю Генерального директора Товариства;

- забезпечує контроль за виконанням завдань Товариства та рішеннями органів управління Товариства.

За підсумками року Наглядова рада зобов'язана звітувати перед загальними зборами акціонерів Товариства.

Звіт Наглядової ради складається у письмовій формі та повинен містити детальний аналіз та пояснення. Звіт викладається Головою Наглядової ради в усній формі на Загальних зборах акціонерів Товариства [31].

Положення про Загальні збори акціонерів Публічного акціонерного товариства "ЛАНТМАННЕН АКСА" розроблено відповідно до Закону України "Про акціонерні товариства", Статуту Публічного акціонерного товариства "ЛАНТМАННЕН АКСА", Кодексу корпоративного управління Товариства та регулює порядок скликання, організації та проведення Загальних зборів товариства.

Загальні збори є вищим органом управління Товариства, що здійснює управління діяльністю Товариства в цілому, визначає цілі та основні напрямки його діяльності.

Загальні збори вирішуються питання, що віднесені законодавством, Статутом, положеннями про наглядову раду Товариства, про виконавчий орган Товариства, про ревізійну комісію Товариства, цим та іншими положеннями Товариства до компетенції загальних зборів, а також будь-які інші питання, які можуть виникати під час діяльності Товариства.

Підставою для скликання Наглядовою радою Загальних зборів є:

1. Власна ініціатива Наглядової ради, в тому числі у випадку необхідності розгляду питання, що виходить за межі компетенції Наглядової ради.
2. Вимога акціонера(ів), які у сукупності володіють 10 і більше відсотків акцій Товариства.
3. Звернення акціонерів Товариства.
4. Вимога або звернення Генерального директора щодо необхідності проведення Загальних зборів.
5. Вимога або звернення Ревізійної комісії щодо необхідності проведення Загальних зборів.

6. Звернення щодо необхідності проведення Загальних зборів уповноваженого трудовим колективом або профспілкової організації.
7. Рішення суду, згідно з яким Товариство зобов'язується скликати Загальні збори акціонерів.

Акціонер - фізична особа має право приймати участь у Загальних зборах особисто або направити для участі у Загальних зборах свого представника за довіреністю, яка оформлюється відповідно до законодавства.

Акціонер - юридична особа направляє для участі у загальних зборах свого представника, який або має статутні повноваження представляти інтереси цієї юридичної особи, або за довіреністю, яка оформлюється відповідно до законодавства.

Одна голосуюча акція надає акціонеру (його представнику) один голос для вирішення питань порядку денного Загальних зборів крім випадків кумулятивного голосування [30].

Положення про Генерального директора ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" розроблено відповідно до чинного законодавства України та Статуту Товариства.

Завдання його роботи полягає у здійсненні керівництва поточною діяльністю Товариства, що передбачає його відповідальність за реалізацію цілей, стратегій та політики Товариства.

Генеральний директор обирається Загальними зборами з числа фізичних осіб, які мають цивільну дієздатність та кандидатури яких відповідають вимогам законодавства, Статуту, Положення про Загальні збори та цього Положення. Він не може одночасно здійснювати повноваження інших посадових осіб Товариства. Ним не може бути особа, якій згідно з чинним законодавством України заборонено обіймати посади в органах управління акціонерних товариств або здійснювати діяльність яка є предметом діяльності товариства, особа, яка є учасником або членом органів управління юридичної особи, яка конкурує з діяльністю Товариства.

З генеральним директором укладається трудовий контракт, який передбачає права, обов'язки, відповідальність сторін, підстави довгострокового припинення та наслідки розірвання контракту тощо.

Генеральний директор зобов'язаний щорічно звітувати перед Наглядовою радою та Загальними зборами акціонерів щодо своєї діяльності та фінансово-господарської діяльності товариства.

Генеральний директор несе відповідальність за невиконання або неналежне виконання своїх обов'язків у відповідності до законодавства, Генеральний директор обирається на термін, що встановлюється рішенням Загальних зборів про його обрання, або на невизначений термін. Може призначатись на посаду необмежену кількість разів.

За підсумками року Генеральний директор звітує перед Загальними зборами акціонерів Товариства про:

- виконання рішень Загальних зборів акціонерів Товариства;
- фінансово-господарську діяльність Товариства протягом звітного терміну;
- фінансово-економічний стан Товариства;
- рівень конкурентоспроможності та прибутковості;
- стан та можливі способи погашення кредиторської та дебіторської заборгованостей;
- динаміку змін показників звітності Товариства.

Складається звіт у письмовій формі, який повинен містити посилання на показники бухгалтерської звітності Товариства, детальний аналіз та пояснення. Звіт також викладається Генеральним директором в усній формі на Загальних зборах акціонерів Товариства [29].

Положення про Ревізійну комісію Приватного акціонерного товариства "ЛАНТМАННЕН АКСА" розроблено відповідно до чинного заонодавства України, Статуту Товариства та Кодексу корпоративного управління Товариства.

Ревізійна комісія складається з 3 осіб, до її складу входять Голова та члени комісії.

Члени комісії обираються Загальними зборами акціонерів з числа фізичних осіб, які мають повну цивільну дієздатність, або з числа акціонерів - юридичних осіб, шляхом кумулятивного голосування, в порядку, встановленому Статутом Товариства та положенням про Загальні збори акціонерів Товариства. Вони не

можуть одночасно здійснювати повноваження інших посадових осіб Товариства. Обираються терміном на 5 років [9].

2.3. ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» створено на базі Бориспільського заводу продтоварів. У 1992 році завод набув статусу акціонерного товариства. У 2006 році назва Товариства була змінена на назву ВАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» .

19.04.2011 року була проведена перереєстрація Товариства у зв'язку з приведенням його діяльності у відповідність до вимог Закону України "Про акціонерні товариства" та змінена назва на Публічне акціонерне товариство «ЛАНТМАННЕН АКСА» .

У 2016 році Товариство змінило тип та назву на Приватне акціонерне товариство «ЛАНТМАННЕН АКСА» (протокол позачергових Загальних зборів акціонерів ПАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» від 07.06.2016р. та Виписка з ЄДРПОУ від 07.06.2016р.)

Протягом звітного періоду злиття, поділу, приєднання, перетворення та виділу не було.

Обсяги виробництва та реалізації основного виду продукції – сухих сніданків (продукція, що становить більше 5% від загального обсягу виробленої продукції в грошовому вимірі) підприємства наведені в Таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

Обсяги виробництва та реалізації сухих сніданків ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» 2013-2017 рр.

Найменування показника	2013	2014		2015		2016		2017	
	факт	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Обсяг виробництва:									
у натуральній формі (т)	6932	5670	-1262	5670	0	6252	582	6307	55
у грошовій формі (тис грн)	110912	153090	42178	153090	0	200064	46974	220745	20681
у відсотках до всієї виробленої продукції	100	100	-	100	-	100	-	100	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Обсяг реалізованої продукції:									
у натуральній формі (т)	6796	5812	-984	5812	0	6068	256	6125	57
у грошовій формі (тис грн)	154912	255355	100443	255355	0	3164	-252191	366783	363619
у відсотках до всієї виробленої продукції	100	96,7	-3,3	96,7	0	95,2	-1,5	97,1	1,9

Джерело: https://smida.gov.ua/

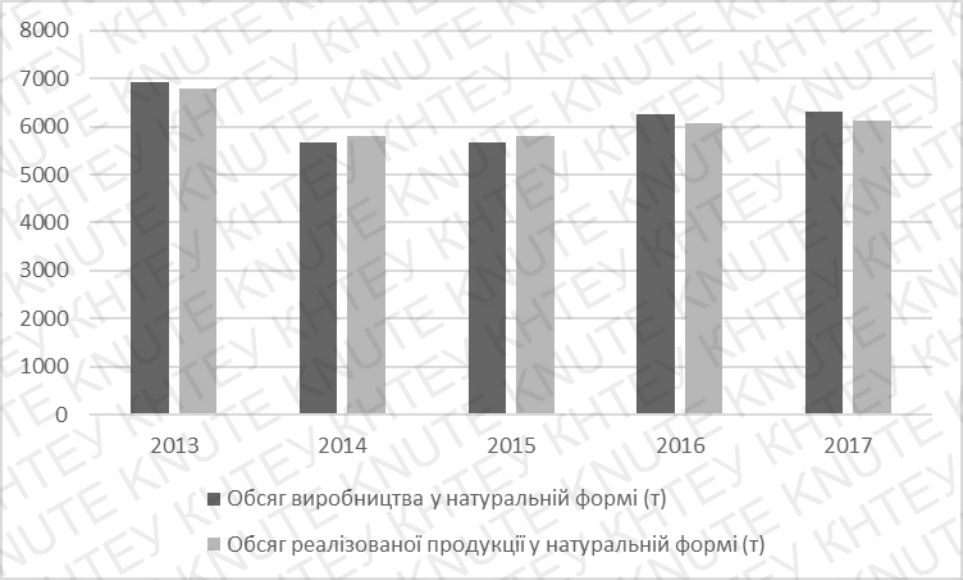

Рис. 2.2. Обсяги виробництва та реалізації сухих сніданків ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» 2013-2017 рр. у натуральній формі.

Джерело: https://smida.gov.ua/

Бачимо, що у натуральній формі обсяги виробництва були трохи меншими за обсяги реалізації у 2014-2015 рр, та більшими в 2016-2017 рр (Рис. 2.2.). В першому випадку попит на продукцію був більший, тому проавались ще й минулорічні запаси. В другому випадку попит зріс, проте й виробництво значно зросло і на 2017 рік виробництво повністю покривало реаліззацію сухих сніданків.

У грошовій формі обсяг виробництва всі роки був значно меншим, за обсяг реалізації (Рис. 2.3.). Це є позитивним для підприємства та свідчить про зростання ціни та попиту на продукцію.

Рис. 2.3. Обсяги виробництва та реалізації сухих сніданків ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» 2013-2017 рр. у грошовій формі.

Джерело: https://smida.gov.ua/

Собівартість реалізованої продукції підприємства показана в Таблиці 2.6. Бачимо, що собівартість зросла в 2015 році, а після поступово знижувалася. Значно знизились нарахування на заробітну плату.

Таблиця 2.6.

Собівартість реалізованої продукції у % від загальної собівартості реалізованої продукції ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за 2013-2017 рр.

Склад витрат	2013	2014		2015		2016		2017	
	факт	факт	абс.відх	факт	абс.відх	факт	абс.відх	факт	абс.відх
Сировина	59	57	-2	61	4	59	-2	58	-1
Пакувальні матеріали	18	19	1	21	2	23	2	22	-1
Заробітна плата, нарахування на заробітну плату	11	16	5	7	-9	8	1	9	1
Електрична енергія, природний газ, паливо, інше	10	8	-2	11	3	10	-1	11	1

Джерело: https://smida.gov.ua/

У 2017 році були досягнуті дві заплановані мети - позитивний грошовий потік у розмірі в 13,3 млн.грн.(планувалось 6 млн.грн.) та одержаний операційний прибуток у розмірі 34,5 млн.грн.(планувалось 30 млн.грн.)

Виконання плану виробництва склало 102% при продуктивності виробництва 58,0 кг/ л.год.

Загальний обсяг реалізації сухих сніданків (готової продукції та імпортованих товарів) становив 6 325 тонн (в т.ч. готової продукції - 6125 тонн, імпортованих товарів - 200 тонн), що на 135 тонн або 2% більше ніж в 2016 році за рахунок новинок, зростання попиту на українському ринку та виходу на нові експортні ринки.

Продаж сухих сніданків в Україні склав 4 540 тонн, що на 4% більше ніж в 2016 році.

Загальний обсяг реалізації зернових батончиків під ТМ АХА у 2017 році склав 49 тонн.

Проводилась рекламна кампанія в мережі інтернет та реклама в Метрополітені м.Києва на підтримку ТМ АХА, рекламна кампанія на ТБ на підтримку торгової марки Start! з одночасним проведенням рекламних акцій та дегустацій в торгових мережах.

Були проведені роботи по запуску нових продуктів, а саме:

- ✓ 3-х нових лінійок ТМ АХА - АХА Гармонія, АХА Преміум, АХА Мюслі Кріспі;
- ✓ нових видів фігурок «Cocoa pics».

Суттєво зросли продажі каш ТМ АХА – майже на 215 тонн або 55% в порівнянні із 2016 роком.

Постійно проводилась робота по покращенню органолептичних параметрів та смакових якостей готової продукції.

У 2017 році ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» увійшло в ТОП- 10 кращих роботодавців року, а корпоративна сторінка ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» в інтернеті отримала нагороду Асоціації корпоративних медіа "Краще корпоративне медіа України" за просування іноваційних технологій менеджменту та формування сильного бренду роботодавця.

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу за 2017 рік склала 204 чол. У порівнянні із 2016 роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу збільшилась на 4,6%. Середня чисельність позаштатних працівників та осіб, що працювали за сумісництвом, у звітному періоді склала 1 чол. Загальний фонд оплати праці у 2017 році склав 35 818,7 тис. грн. У порівнянні із 2016 роком витрати на оплату праці збільшились на 26,2%.

З кожним роком зростають вимоги до кваліфікаційного рівня працівників. Кадрова програма Товариства спрямована на підвищення рівня кваліфікації працівників, їх особистого зростання та зростання ефективності їх праці. Своєчасність виплати заробітної плати працівників, надання їм соціальних і матеріальних пільг, мотивація працівників, насамперед нематеріальна, зацікавлює персонал підвищувати рівень кваліфікації та отримувати додаткові знання, працювати над своїм особистим зростанням.

Основним ринком збуту продукції Товариства є Україна. Збут продукції здійснюється через великі торгові мережі та мережу дистрибьюторів.Основними покупцями продукції Товариства в Україні є "Нова Справа"," ТОВ "Метро кеш енд кері Україна", ТОВ «НОВУС Україна», ТОВ «Альянс Маркет», ТОВ

«АФІНА-ГРУП», ТОВ «АШАН УКРАЇНА ГІПЕРМАРКЕТ», ТОВ "АТБ-Маркет", ПП «Болеро-Сервіс», ТОВ "ДЦ Україна", ТОВ «ГРУПА РІТЕЙЛУ УКРАЇНИ», ТОВ «МІЖРЕГІОНАЛЬНІ РЕСУРСИ ТД»", ТОВ «ОБРІЙ-ВІННИЦЯ», ТОВ «Обрій-Черкаси», ТОВ «ПАККО Холдинг», ТОВ «Поляна Торговий Дім», ПП «ПОЧАЙНА», ДП «РОШЕН КК», ПП «Світнест Західно-українська комерційна фірма», ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», ТОВ «СОЮЗ ТГ», ТОВ «СТВ-Харків СФ», ТОВ «Т.Д.К.», ТОВ "Фудком", ТОВ «Фудмережа», ТОВ «Южная Логистическая Компания», ТОВ «ЮНІФУД», «Довбуш Трейд Сервіс» та інші.

На сьогодні ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» поставляє продукцію на експорт - до Данії, Росії, Естонії, Молдови, Казахстану, Узбекістану, Киргізії, Грузії, Азербайджану, Білорусії, Арменії, Румунії, Турції.

У 2016 році почались продажі сухих сніданків у Румунію, Турцію та Туркменістан.

У 2017 році почались продажі сухих сніданків у ОАЕ, Китай, Палестину, Болгарію.

В 2013 частка експорту в структурі реалізації зменшилась до 47%. Лідером експортних продажів як і раніше є Росія (1285 тонни), на другому місці – Казахстан (398 тонн) і на третьому – Молдова (366 тонн), сукупний обсяг продажу в інші країни СНД склав 965 тонн.

В 2014 р. продаж сухих сніданків на експорт зменшився у порівнянні з 2013 роком на 3,9% практично по всім країнам, крім Естонії та Республіки Молдови.Так в Росію експорт скоротився на 1,3% у порівнянні із 2013 р. та склав 1268т, у Білорусь - на 2,8% та склав 290т,у Вірменію - на 4,5% та склав 51т,у Грузію - на 10,3% та склав 160т, в Азейбарджан - на 14,1% та склав 203т, у Казахстан - на 14,8% та склав 339т, в Узбекистан - на 17% та склав 85т, в Киргистан - на 27,5% та склав 70т, у Китай - на 45,8% та склав 7т.

В 2015 р. продаж сухих сніданків на експорт зменшився, передусім в Росію, у порівнянні з 2014 роком на 45%.

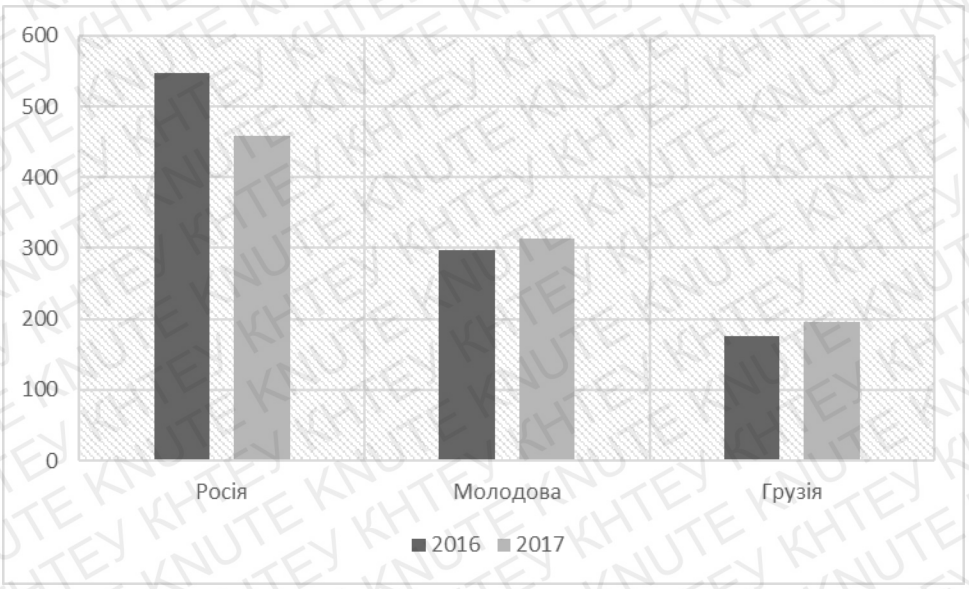

Рис. 2.4. Країни-лідери експортних продажів ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» 2016 – 2017 роки (т)

Джерело: http://lantmannen.ua/ua

В 2016 р. частка експорту в структурі реалізації склала 29%. Лідерами експортних продажів є Росія (548 тонн),Молдова (297 тонн),Грузія (176 тонни).Сукупний обсяг продажу в інші країни СНД склав 660 тонн.Продаж сухих сніданків на експорт зменшився, передусім в Росію, у порівнянні з 2014 роком на 45%.

Частка експорту в структурі реалізації у 2017 році склала 28%. Лідерами експортних продажів є Росія (459 тонн), Молдова (313 тонн), Грузія (195 тонни). Сукупний обсяг продажу в інші країни СНД склав 448 тонн. Також в 2017 році готова продукція була відвантажена в країни північної та східної Європи – Болгарію, Румунію та Туреччину (в сукупності 25 тонн), а також в ОАЕ та Китай – сумарно 70 тонн.

Головним завданням 2018 року є прибутковий розвиток незважаючи на економічні та політичні негаразди в Україні. Товариство очікує зберегти лідерські позиції на ринку сухих сніданків в Україні, а також вийти на нові ринки Азії та Африки.

У 2018 році у фокусі керівництва Товариства будуть передусім питання ефективності, зростання продуктивності та зменшення витрат,в першу чергу

непродуктивних, в т.ч. через впровадження проекту LEAD.

Товариство поставило перед собою мету - у 2018 році у своїй господарській діяльності досягти наступних показників:

- операційний прибуток не менше 33 млн.грн.;

- зростання продажу сухих сніданків в Україні на 10 % у порівнянні із 2017 роком;

- зростання % експорту до 34 % від загального продажу сухих сніданків;

- продаж обсмажених мюслів у 2018 році - не менше 1500 тон.

У виробництві готової продукції Товариство використовує переважно вітчизняну сировину та пакувальні матеріали. На жаль, значне підвищення цін вітчизняними постачальниками, скорочення виробництва в Україні,невідповідна якість, змушує Товариство вести пошук постачальників сировини та пакувальних матеріалів в інших країнах.Це в свою чергу впливає на собівартість готової продукції.

Основними конкурентами Товариства є:

1. Фірма "Nestle" Швейцарія (пластівці, подушечки, фігурні вироби).
2. "Bruggen" Німеччина (мюслі).
3. Дніпропетровський комбінат харчових концентратів (пластівці, подушечки, фігурні вироби).
4. ТОВ "Санні Фуд" (фігургі вироби).
5. ТОВ "Компанія "Рідна їжа" (каші).
6. «Вітьба» (Білорусь), "Райсио Ньютришен" (Росія).

Основним видом сировини, що використовується у виробництві є крупи, а саме: кукурудза, пшениця, овес, ячмінь, рис. Крім того у виробництві використовуються: цукор, рослина олія, пальмова олія,сухе молоко, солод, фруктові добавки, горіхи, насіння, ароматизатори та інше.

Протягом 2017 року ціни на основну сировину у порівнянні із 2016 роком підвищились на 15%, а на пакувальні матеріали - на 8%.

Тому у 2017 році Товариство було вимушено на 10% піднімати ціни на свою готову продукцію.

Серед основних факторів, що в значній мірі впливають на діяльність Товариства є політичні та фінансово-економічні фактори, а саме: зміна уряду, зміна законодавства, податковий прес, підвищення цін на основну сировину, пакувальні матеріали, енергоносії, паливо, тощо. Серед факторів, що мають середній вплив на діяльність Товариства, є моральний та технічний знос обладнання, кваліфікація персоналу. Основними діями Товариства по зменьшенню вплива вищевказаних факторів є заміна та модернізація виробничого обладнання, навчання виробничого та технічного персоналу, підвищення якості продукції.

Товариство не має достатньої кількості грошових коштів для забеспечення поточних потреб. Ситуація значно ускладнюється нестабільною економічною та політичною ситуацією в Україні, девальвацією національної валюти, військовими діями. Для поповнення обігових коштів Товариство залучає банківські короткострокові кредити та кредити від нерезидента.

У 2018 році Товариство поставило перед собою мету у своїй господарській діяльності досягти наступних показників:

- операційний прибуток не менше 33 млн.грн.;
- зростання продажу сухих сніданків в Україні на 10 % у порівнянні із 2017 роком;
- зростання % експорту до 34 % від загального продажу сухих сніданків;
- продаж обсмажених мюслів у 2018 році - не менше 1500 тон.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

ПрАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА” є частиною скандинавського харчового концерну Lantmannen. З початку 2015 року компанія є лідером з виготовлення сухих сніданків в Україні у сегменті виробництва сухих сніданків і займає близько 60% ринку в даному сегменті.

Компанія використовує унікальні технологій виробництва, постійно збільшує та урізноманітнює власний асортимент. Продукція користуються великою популярністю не лише на території України, але й за кордоном і успішно продається у 45 країнах світу: в Росії, Узбекистані, Казахстані, Молдові, Грузії, Естонії, Литві, Латвії та Данії. 70 % продукції надходить до українських магазинів, 30% експортується до інших країн. Органічну сировину для виготовлення продукції закуповують переважно в Україні. Потужність виробництва — 25 тонн на добу і близько 7 тисяч тонн в рік. Завод працює цілодобово у три зміни. Всього на підприємстві працює 215 працівників.

Компанія слідкує за тим, щоб продукція розвивалася відповідно до попиту на неї з боку споживачів та періодично оновлює асортимент товарів.

Проаналізувавши фінансовий стан підприємства можна сказати, що власність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» протягом 2013-2017 років поступово збільшувалася, це говорить про те, що підприємство вдало розширює свою фінансову діяльність. Також це може позитивно відобразитись на подальшій господарській діяльності підприємства.

Вартість запасів підприємства увесь час зростала протягом 2013 – 2017 років. У 2013 році вона становила 11 894 грн, а у 2017 році становила 41 193 грн.

Дослідивши структуру капіталу підприємства можна сказати, що з роками воно стає більш фінансово незалежним, а отже, вірогідність фінансового ризику та фінансової залежності щороку зменшується. Позитивним є збільшення коефіцієнту стійкості економічного зростання. Господарська та фінансова діяльність підприємства є ефективною і ця ефективність зростає з року в рік.

Негативним є зменшення доходу в 2016 та 2017 роках, що вплинуло на забезпеченість підприємством зобов’язань. Має місце зношеність активів, що

стимулює до оновлення та модернізації.Тривалість операційного та фінансового циклів щороку зростала. Недостатня забезпеченість оборотним капіталом.

Приватне акціонерне товариство “ЛАНТМАННЕН АКСА” є правонаступником Відкритого акціонерного товариства “ЛАНТМАННЕН АКСА” та Публічного акціонерного товариства “ЛАНТМАННЕН АКСА”, ідентифікаційний код 00378537.

Предмет діяльності – виробництво, переробка, пакування, оптова та роздрібна торгівля різними видами продукції харчової промисловості.

Статутний капітал становить 20 949 820 гривень 80 копійок. Статутний капітал поділений на 418 996 416 штук простих іменних акцій номінальною вартістю 0 гривень 05 коп. кожна.

Товариство формує резервний капітал у розмірі 15% від розміру статутного капіталу. Формується шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку.

Накопичений нерозподілений прибуток використовується як власні обігові кошти підприємства для здійснення господарської діяльності.

Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність відповідно до чинного законодавства україни та предмету своєї діяльності. Держава не відповідає за зобов’язаннями товариства у зовнішньоекономічних відносинах.

Валютна виручка після проведення зовнішньоекономічної операції зараховується на валютних рахунок товариства і використовується ним відповідно до чинного законодавства України.

У всьому, що не врегульовано Статутом, підприємство керується чинним законодавством України. До внутрішніх положень підприємства належать Положення про Наглядову раду, Положення про Загальні збори акціонерів, Положення про Генерального директора та Положення про Ревізійну комісію.

У 2017 році відбувся позитивний грошовий потік у розмірі в 13,3 млн.грн. та був одержаний операційний прибуток у розмірі 34,5 млн.грн. Виконання плану виробництва склало 102% при продуктивності виробництва 58,0 кг/ л.год.

Загальний обсяг реалізації сухих сніданків становив 6 325 тонн що на 135 тонн або 2% більше ніж в 2016 році за рахунок новинок, зростання попиту на українському ринку та виходу на нові експортні ринки. Продаж сухих сніданків в Україні склав 4 540 тонн, що на 4% більше ніж в 2016 році.

На сьогодні ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» поставляє продукцію на експорт - до Данії, Росії, Естонії, Молдови, Казахстану, Узбекістану, Киргізії, Грузії, Азербайджану, Білорусі, Арменії, Румунії, Турції, Туркменістану, ОАЕ, Китаю та Болгарії.

Частка експорту в структурі реалізації у 2017 році склала 28%. Лідерами експортних продажів є Росія (459 тонн), Молдова (313 тонн), Грузія (195 тонни). Сукупний обсяг продажу в інші країни СНД склав 448 тонн. Також в 2017 році готова продукція була відвантажена в країни північної та східної Європи – Болгарію, Румунію та Туреччину (в сукупності 25 тонн), а також в ОАЕ та Китай – сумарно 70 тонн.

Стратегією діяльності Товариства на 2018 рік є подальший прибутковий розвиток незважаючи на скрутну економічну та політичну ситуацію в Україні. Підвищення продажу сухих сніданків в Україні,підвищення експорту сухих сніданків. Розширення переліку країн-експортерів. Подальше поліпшення якості готової продукції. Підвищення ефективності, зростання продуктивності та зменшення витрат, в першу чергу непродуктивних, в т.ч. за рахунок впровадження системи заходів LEAD. Зменшення постійних витрат у порівнянні із 2017 роком. Підвищення ефективності роботи персоналу

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНІЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ УМОВ ФОРМУВАННЯ НА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Активна зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з основних факторів ринкової трансформації економіки, підвищення її ефективності та підвищення експортного потенціалу. Формування та розвиток експортного потенціалу, збільшення його обсягів та становлення збалансованої товарної структури відносяться до ключових пріоритетних напрямів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Проблеми, пов’язані з процесом формування експортного потенціалу, не є новими і виникали вони на різних етапах економічного розвитку багатьох країн світу. Та останнім часом дане питання стає все більш актуальним і набуває все більшого розголосу, а викликано це поширенням процесів глобалізації національної економіки, що охопили майже всі країни світу.

До найбільш значимих факторів розвитку експортного потенціалу доцільно віднести наступні:

- облік та аналіз експортних поставок;
- організація управління підприємством;
- кадровий менеджмент;
- планування експортного виробництва;
- інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Взаємозв’язок факторів розвитку експортного потенціалу та результатів діяльності підприємства на зовнішньому ринку проілюстрований на Рис. 3.1.

Рис. 3.1. Взаємозв'язок розвитку експортного потенціалу та результатів діяльності промислового підприємства на зовнішньому ринку

Джерело: [39].

Всі зазначені фактори формують експортний потенціал підприємства, і об'єднані єдиною метою – забезпечити розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Реалізація заходів по кожному фактору розвитку експортного потенціалу сприятиме підвищенню конкурентних позицій підприємства, ефективному просуванню продукції підприємства на цільовому зовнішньому ринку. Тобто зазначені фактори впливають не лише на розвиток експортного потенціалу, а в кінцевому результаті вони здатні посилити конкурентоспроможність підприємства в цілому [39].

Експортний потенціал визначається обсягами товарів і послуг, що можуть бути вироблені в економічній та соціальній сферах і реалізовані на світовому ринку з максимальною вигодою для країни.

Політика в галузі експорту спрямована на регулювання експортних потоків. До експортних бар'єрів відносять експортне мито – податок, який накладається на кожну одиницю товару, яка вивозиться за кордон. Цим держава стримує вивіз з країни тих товарів, на які незадоволений попит серед власних споживачів, або вивіз їх з певних причин є небажаним. Сюди відносять експортні квоти, які встановлюються для забезпечення вітчизняних споживачів достатніми запасами товарів за низькими цінами, для запобігання виснаженню природних ресурсів, а також для підвищення цін на експорт шляхом обмеження поставок на закордонні ринки. Є і інші чинники, які певною мірою стримують розвиток українського експорту зокрема:

- негативні тенденції зростення в експорті частки сировинних товарів;

- значно ускладнений вихід на світові ринки укреїнських підприємств внаслідок протекціоністських заходів з боку низки країн світу щодо захисту власних ринків;

- недостатній розвиток системи сертифікації та контролю якості експортної продукції в умовах зростання на світових ринках вимог не тільки до науково-технічних параметрів, а й до споживчих та екологічних характеристик продукції;

- відсутність досвіду та спеціальних знань щодо виходу на світові ринки у більшості вітчизняних підприємств, низький рівень маркетингової діяльності, нескоординованість дій;

- критично недостатнє інвестування в перспективні експортоорієнтовані проекти за рахунок внутрішніх і зовнішніх ресурсів;

- обмежені можливості використання іноземних інвестицій та кредитів для розвитку українського експорту внаслідок низького міжнародного рейтингу надійності України.

Крім вищезазначеного, на розвиток експортного потенціалу України впливають такі чинники:

- низька ефективність виробництва;

- висока енергомісткість та матеріаломісткість продукції;

- високий рівень спрацьованості основних виробничих фондів;

- у більшості галузей національного господарства ще відстала технологічна база [21].

В сучасних умовах динамізації науково-технічного прогресу необхідною вимогою формування реальної основи експортного потенціалу, є підвищення рівня прогресивності його структурних елементів. Можна вважати, що високий організаційно-технічний рівень експортного потенціалу дозволяє, з одного боку, впроваджувати прогресивні структуроутворюючі елементи, а з іншого боку, розширює діапазон гіпотетичного аспекту. Також характерною рисою експортного потенціалу є його перспективність.

В умовах побудови і розвитку інформаційного суспільства одним із ключових факторів розвитку експортного потенціалу промислового підприємства є використання інформаційних технологій. Зростаючі потоки інформації як всередині підприємства, так і ззовні, вимагають її оперативної обробки для адекватного подальшого використання. Для цього підприємство має бути забезпечене відповідною технічною базою і підготовленими спеціалістами.

Вдосконалення окремих елементів інформаційного забезпечення системи зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства з метою розвитку акспортного потанціалу може бути реалізоване за наступними напрямками:

- технічне і технологічне забезпечення інформаційної системи;

- розробка комплексної програми підвищення кваліфікації кадрів, пов’язаних з інформаційними потоками;

- впровадження сучасних засобів зв’язку і передових інформаційних технологій;

- створення системи оперативно-інформаційного забезпечення керівництва підприємства для внутрішнього контролю і прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо експорту продукції;

- розробка єдиної інформаційної моделі фінансового, податкового та управлінського обліку;

- автоматизація робочих місць в різних службах підприємства;

- використання автоматизованих систем розрахунку експортної ціни;

- інтеграція систем обліку, планування та нормування різних видів витрат при виробництві експортної продукції [39].

Економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності виявляється в такому:

1) це важливий і потужний фактор економічного зростання і розвитку кожної країни;

2) це спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, а отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації.

Об'єктивною необхідністю подальшого розвитку економіки країни є заходи, які спрямовані на довготривале використання переваг міжнародного розподілу праці, створення умов широкого обміну досягненнями світової науки і техніки й повсюдне їх упровадження у виробництво. Зовнішньоекономічна діяльність − це важлива й невід'ємна сфера господарської діяльності, котра при ефективному використанні всього комплексу сучасних форм і методів міжнародних економічних відносин здатна впливати на технічне удосконалювання виробництва, підвищення продуктивності праці і якості продукції, яка виробляється. В цілому ж, вихід на зовнішній ринок самостійно господарюючих суб'єктів сприяє пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, формуванню економіки відкритого типу. Саме тому розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств, фірм, усіх учасників ринкових відносин − це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпеченню економічної безпеки України.

В умовах ринкової економіки успіх зовнішньоекономічної діяльності підприємства і стійке фінансове положення залежить від багатьох чинників. Один із них − це висока конкурентноздатність виробів, що випускаються. Для досягнення цієї мети необхідно постійно удосконалювати якість продукції, відповідно до сучасних вимог.

Довгострокове прогнозування обсягу виробництва, характеру потреб, технічного рівня і якості продукції повинні бути спрямовані на: виявлення можливих вимог до асортименту і якості виробів на перспективний період їхнього виробництва і споживання; визначення науково-технічних і економічних можливостей задоволення вимог споживача; встановлення асортименту і показників якості при розробленні перспективних видів продукції.

Одним із засобів досягнення основної мети − економічного зростання підприємства в довгостроковій перспективі − є підвищення ефективності ЗЕД підприємства. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку потрібна стратегія зовнішньоекономічної діяльності, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості підприємства та ринкові умови, в яких йому доводиться функціонувати [21].

Світовий досвід показує, що модернізація передбачає оптимальне співвідношення сфери послуг (частка яких зростає в постіндустріальних країнах) і сфери виробництва, здатного забезпечити країну якісними промисловими товарами. Наприклад, США, порушивши оптимальне співвідношення цих двох сфер на користь першої, послабили свої позиції на світовому ринку, що призвело до від'ємного балансу в зовнішній торгівлі, зокрема, з КНР, і швидкого зростання державного боргу.

В Україні критичною для держави проблемою є стан виробничих потужностей експортоорієнтованих підприємств (в першу чергу в металургії та значною мірою в хімії). Модернізувати ці застарілі технологічні потужності країна не в змозі. Крім того, розвиткові української експортоорієнтованої низькотехнологічної моделі не сприяє світова кон'юнктура для основної маси традиційних українських експортних товарів. Останніми роками на зовнішні ринки з такою ж експортною продукцією вийшли з оновленими промисловими

потужностями Китай, Індія, Росія. Це робить українську продукцію практично неконкурентоспроможною. Навіть відносно високі темпи економічного зростання в Україні були фактично неповноцінними. В умовах низької технологічності та зростаючої виробничо-економічної деградації високі темпи росту практично зводилися нанівець нерівним міждержавним обміном. Він виснажував країну, оскільки супроводжувався перетіканням вартості від "слабкого" низькотехнологічного до "сильного" високотехнологічного виробника.

Це відображається в зовнішньоекономічній діяльності: структура та обсяги експорту не відповідають рівневі України у світовому господарстві. Так, при частці населення близько 0,7 % світового показника, частка у світовому експорті − менше 0,2 %.

Характерною особливістю зовнішньоекономічних зв'язків України в галузі експорту є його сировинна спрямованість. Мало експортується промислових товарів. Не відбулося адаптації до тих процесів "інтелектуалізації", що мають місце у світовій торгівлі. Неадекватні для світової практики умови роботи вітчизняних експортерів (високий рівень податків, складна законодавча база, практична відсутність системи страхування та кредитування тощо) спричиняють скорочення надходжень валюти, накопичення валютних запасів на рахунках в іноземних банках.

Незадовільною також є ситуація щодо обслуговування внутрішнього ринку власним виробничим потенціалом. В Україні як у державі, що розвивається, зворотною стороною домінування експорту є вузькість внутрішнього ринку. Останніми роками країна широко відкрила кордони для імпорту (зокрема, для зниження інфляції). Саме це, у поєднанні із загальною кризою, призвело до суттєвого звуження та навіть блокування внутрішнього ринку.

Ці два фактори - безперспективність реанімації застарілої експортної моделі та слабкого (порівняно з масштабами країни) внутрішнього ринку ставлять перед Україною важку проблему виходу з цієї ситуації. Критичний стан національної економіки, що ускладнюється зовнішніми боргами та гострою нестачею фінансів, обумовлює не екстенсивне нарощування наявного виробничого потенціалу, а

радикальну модернізацію, засновану на зміні поколінь технологічних укладів - низьких високими.

Основні підходи до модернізації зовнішньоекономічної діяльності мають визначати стратегію зростання найбільш ефективними шляхами обсягів експорту та включати комплекс взаємопов'язаних соціально-економічних, науково-технічних та організаційно-господарських заходів і завдань, спрямованих на досягнення конкретної кінцевої мети. Модернізація є складовою структурної перебудови народного господарства і повинна сприяти поліпшенню торговельного та платіжного балансу країни шляхом зменшення від'ємного сальдо, стабілізації та зменшення зовнішнього боргу, зміцнення національної валюти.

Аналіз тенденцій розвитку світового господарства виявляє ряд негативних факторів, спроможних стримувати український експорт:

- помітне посилення міжнародної конкуренції;

- зростання державної підтримки експорту в низці зарубіжних країн;

- протекціоністські заходи низки країн із захисту вітчизняних товаровиробників;

- низька конкурентоспроможність української промислової продукції;

- складний фінансовий стан більшості підприємств обробної промисловості, що унеможливлює інвестування в перспективні експортоорієнтовані проекти за рахунок внутрішніх ресурсів;

- недостатній розвиток систем сертифікації та контролю якості експортної продукції при підвищенні вимог до споживчих та екологічних характеристик продукції на світових ринках;

- недостатній рівень досвіду та спеціальних знань щодо умов функціонування світових ринків у більшості українських підприємств;

- низький міжнародний рейтинг надійності України, що обмежує можливості використання іноземних кредитів та інвестицій для розвитку українського експорту [35].

Для повноцінного входження України до світового господарства потрібна не безконтрольна лібералізація зовнішньої торгівлі, як це було в попередні роки, а

регульований з боку держави процес відкриття вітчизняного ринку, доповнений Цілеспрямованою політикою захисту вітчизняних виробників і споживачів та наближення до світових норм і стандартів. Ключове завдання зовнішньоекономічної стратегії − забезпечення відповідно до світових стандартів та критеріїв оптимальних параметрів відкритості української економіки, дотримання яких сприятиме економічній безпеці держави, забезпечуватиме тісніше поєднання внутрішньої та зовнішньої економічної політики.

Інтеграція України у світові економічні структури потребує певного часу і відбуватиметься в міру формування внутрішніх і зовнішніх передумов. Основними з них є:

− розвиток власних галузей, що мають конкурентні переваги у світовій економіці;

− створення могутнього внутрішнього ринку — основи для завоювання міжнародних ринків і закріплення на них;

− забезпечення фінансової стабільності, розвитку підприємництва та сприятливого інвестиційного клімату;

− досягнення повної конвертованості національної грошової одиниці;

− постійна гармонізація національного зовнішньоекономічного законодавства з вимогами і нормами СОТ.

Найбільш прийнятною для України є експортно орієнтована модель економічного розвитку. При цьому виникають певні проблеми: труднощі з проникненням на ринки розвинутих країн; сировинна орієнтація експорту може вести до занепаду обробної промисловості та машинобудування; внутрішнє економічне зростання залежатиме від кон'юнктури міжнародних ринків. Тому втілення експортно орієнтованої стратегії має відбуватися паралельно з реалізацією політики імпортозаміщення.

Реалізація такої моделі повинна спиратися на комплексну і динамічну державну зовнішньоекономічну політику, основними елементами якої мають бути:

− інтеграція економіки в європейські та світові економічні об'єднання;

− створення могутнього експортного сектору;

− залучення іноземних інвестицій;

− здійснення закордонної підприємницької діяльності;

− гнучка податкова, цінова, кредитна, фінансова та валютна політика, що стимулюватиме диверсифікацію експортно-імпортних відносин;

− формування розгалуженої зовнішньоекономічної інфраструктури;

− кадрове забезпечення ЗЕД [21].

Модернізація зовнішньоекономічної діяльності повинна бути націлена на збільшення обсягів та підвищення ефективності експорту шляхом:

- вивчення та прогнозування кон'юнктури ринків;

- створення сприятливих умов для експортерів;

- стимулювання інвесторів;

- розширення та переозброєння потужностей для виробництва експортної продукції;

- диверсифікації товарної структури експорту;

- закріплення на традиційних ринках експорту та освоєння нових;

- активізація участі в міжнародному виробничому співробітництві;

- проведення організаційно-правових заходів.

Основні завдання щодо модернізації зовнішньоекономічної діяльності є такими:

- поліпшення механізму та вдосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, упровадження в практику найбільш ефективних форм взаємодії з країнами-партнерами на основі поступового збільшення мобільності товарів, послуг, капіталів і робочої сили;

- зміцнення та розширення зовнішньої торгівлі, забезпечення прогресуючої інтеграції у світовий економічний простір за рахунок нарощування експортного потенціалу;

- підвищення ефективності та збалансованості зовнішньої торгівлі, зміцнення економічної безпеки держави на основі послідовного поліпшення товарної та географічної структури експорту й імпорту;

- удосконалення системи підтримки національного виробника, усунення загрози інтервенціоністських імпортних поставок, запобігання заподіянню

матеріальних збитків галузям вітчизняної промисловості відповідно до прийнятих у світовій торгівлі правових норм;

- нарощування експортного потенціалу шляхом зміцнення та розвитку галузей і видів виробництва, орієнтованих на збільшення частки наукомісткої високотехнологічної продукції; доведення її до структурних співвідношень, характерних для розвинених країн;

- поступове, у міру структурної перебудови, збільшення ступеня відкритості економіки;

- збереження обсягів збуту продукції на традиційних ринках;

- освоєння нових регіональних ринків (Китай, країни Південно-Східної Азії, Близького Сходу, Латинської Америки, Африки тощо);

- підвищення рівня обробки традиційної продукції українського експорту, освоєння нових видів продукції високого рівня обробки для виходу на нові товарні та регіональні ринки збуту при зменшенні питомої ваги сировини та напівфабрикатів.

Послідовне вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності при додержанні загальнодержавних інтересів і пріоритетів експортної політики повинно перетворити зовнішньоекономічні зв'язки на активний фактор поглиблення ринкових реформ, включення України до міжнародного поділу праці та світогосподарських інтеграційних процесів, урахування її певних позитивних конкурентних позицій:

- збереження високого рівня кваліфікації низки професійних категорій;

- наявність деяких технологічно розвинених секторів промисловості (в основному ВПК), здатних до освоєння нових видів продукції;

- наявність значного сировинного потенціалу;

- наявність традиційних ринків збуту машинобудівної продукції (країни СНД, ряд країн, що розвиваються) [35].

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності − розробка заходів щодо розширення зовнішніх ринків збуту, підвищення ефективності зовнішньоекономічних зв’язків підприємства.

Для того щоб товари могли задовольняти будь яку потребу, їх потрібно доставити туди, де вони необхідні і де вони можуть бути використані в потрібний час і в потрібній кількості. У цьому і полягає задача відділу, що займається збутом продукції.

Для підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності потрібні наступні заходи (Рис. 3.2.)

Рис. 3.2. Заходи з підвищення ЗЕД на підприємстві

Джерело: [21].

Крім перерахованих основних напрямків підвищення ефективності системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства велика увага повинна бути приділена оцінці ризиків і формуванню системи безпеки підприємства, удосконаленню методів розробки бізнес-планів, формуванню способів залучення іноземних інвестицій, методикам оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [39].

Властива для більшості підприємств функціональна організація зовнішньоекономічної діяльності не відповідає сучасним вимогам зовнішніх

ринків, не сприяє адекватному розвитку експортного потенціалу підприємства і не забезпечує очікуваний рівень конкурентоспроможності підприємства. Реорганізація системи управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства передбачає якісні структурні зміни, перш за все, в експортному потенціалі підприємства, оскільки саме на основі наявного експортного потенціалу формуються стратегії і програми виходу підприємства на зовнішні ринки.

Також окремим напрямом перспективних досліджень має бути формування єдиної методики для оцінки експортного потенціалу підприємства, яка б дозволила уніфікувати процес оцінки експортного потенціалу підприємств і створила б відповідне інформаційне підґрунтя для розробки адекватної стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки [3].

Згідно статті 23 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право на своєчасне ознайомлення з офіційними текстами законів та інших нормативних актів з наступною інформацією про зміни в них, що регулюють відносини, які прямо чи побічно стосуються зовнішньоекономічної діяльності. Державні органи, відомства та установи, що видають нормативні акти, зобов'язані офіційно публікувати їх у загальнодоступних засобах інформації України, причому зазначені акти не можуть набирати чинності до їх офіційної публікації. Кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право на безпосереднє одержання інформації від державних органів, які на вимогу суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності зобов'язані на оплатній основі оперативно надавати їм повні офіційні тексти нормативних актів.

Дуже важливим для покращення експортного потенціалу підприємства є удосконалення інформаційного забезпечення управління ефективністю експортних операцій

Зведення статистичної інформації щодо зовнішньоекономічної діяльності здійснює Державний комітет статистики України на підставі даних, що в обов'язковому порядку надаються органами, які провадять державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності (фінансові органи, органи державної митної

служби, Національний банк України), а також суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Державний комітет статистики України зобов'язаний ознайомлювати суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності із статистичною інформацією, яка є в його розпорядженні, у порядку, встановленому законами України «Про інформацію» та «Про державну статистику».

Обґрунтовано, що третина обсягів інформації у світі використовується для опрацювання рішень, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності.

Сьогодні у світі працює багато міжнародних організацій, важливе місце в діяльності яких посідає інформаційна підтримка економічних суб'єктів різних країн з питань розвитку ЗЕД.

До основних напрямків міжнародної допомоги, спрямованої на покращення рівня інформаційного забезпечення і підвищення конкурентоспроможності учасників ЗЕД, відноситься такі:

- створення необхідного законодавчого поля та проведення політики сприяння гармонійному розвитку міжнародної торгівлі;
- розвиток фінансової сфери та покращення міжнародної економічної активності;
- формування сучасної світової інфраструктури та допомога у розвитку національних інфраструктур;
- забезпечення вільного доступу всім країнам до використання світових інформаційно-інтелектуальних ресурсів.

Інформаційні потоки, що аналізуються міжнародними організаціями для сприяння ефективній роботі суб'єктів експортних операцій у світовому економічному просторі, в цілому можуть бути структуровані наступним чином:

1. Інформація про розвиток ділового ринкового середовища.

1.1. Аналітична характеристика за напрямками:

– глобалізація та стратегія розвитку;

– міжнародна торгівля товарами, послугами, продуктами інтелектуальної власності;

– інвестиції, технології та розвиток підприємств.

1.2. Статистична характеристика за напрямками:

– статистична методологія і програми спостереження;

– збір, накопичення і обробка статистичних даних.

2. Інформація стосовно технологічного рівня розвитку ринків.

Першопричиною слабкої розвиненості інформаційної інфраструктури країни, що не дозволяє створити належні умови для налагодження системи інформаційного забезпечення, є низький рівень інформатизації українського суспільства, недостатні темпи її розвитку, неналежне фінансування і відсутність контролю за виконанням Національної програми інформатизації.

3.2. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

На стабільне функціонування ПрАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА” й надалі впливатиме група факторів, декілька з них наведені нижче (Таблиця 3.1.):

Таблиця 3.1.

Фактори, що впливатимуть на діяльність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

Основні фактори впливу	Другорядні фактори впливу
Політичні та фінансово-економічні (зміна уряду, зміна законодавства, податковий прес, підвищення цін на основну сировину, пакувальні матеріали, енергоносії, паливо).	Моральний та технічний знос обладнання, кваліфікація персоналу.

Джерело: складено автором на основі даних про економічну діяльність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

Серед основних факторів, що в значній мірі впливатимуть на діяльність є політичні та фінансово-економічні фактори, а саме: зміна уряду, зміна законодавства, податковий прес, підвищення цін на основну сировину, пакувальні матеріали, енергоносії, паливо, тощо. Серед факторів, що матимуть середній вплив на діяльність підприємства, є моральний та технічний знос обладнання, кваліфікація персоналу.

Основними діями ПрАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА” щодо зменшення впливу вказаних факторів повинна бути заміна та модернізація виробничого обладнання

підприємства, навчання та підвищення класифікації виробничого та технічного персоналу, підвищення якості продукції та якості надання послуг.

Товариство не має достатньої кількості грошових коштів для забезпечення поточних потреб. Ситуація значно ускладнюється нестабільною економічною та політичною ситуацією в Україні, девальвацією національної валюти, військовими діями. Для поповнення обігових коштів ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" бере банківські короткострокові кредити та кредити від нерезидентів.

Стратегія подальшої діяльності ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" повинна бути наступною (Таблиця 3.2.):

- Подальший прибутковий розвиток незважаючи на скрутну економічну та політичну ситуацію в Україні.
- Зростання продажу сухих сніданків в Україні.
- Зростання експорту сухих сніданків у країни СНД.
- Зростання експорту сухих сніданків у європейські країни.
- Пошук нових ринків збуту продукції (розширення переліку країн-експортерів).
- Поступове покращення якості готової продукції.
- Підвищення ефективності роботи персоналу.
- Зростання продуктивності та зменшення витрат, в першу чергу непродуктивних, в т.ч. за рахунок впровадження системи заходів LEAD.
- Зменшення постійних витрат у порівнянні з попередніми роками.

Дуже важливим аспектом діяльності підприємства є оновлення дизайну упаковок для привертання уваги до товару та реклами як товару, так і підприємства-виробника. Тобто оновлення повинно підвищити збут продукції підприємства "ЛАНТМАННЕН АКСА". посилити іміджу товару та підвищити впізнаваність торгової марки Lantmannen.

Таблиця 3.2.

Заходи з підвищення рівня експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

Відділи підприємства	**Заходи з підвищення рівня експортного потенціалу**
Виробничий відділ	1. Підвищення ефективності роботи персоналу. 2. Підвищення кваліфікації робочого персоналу. 3. Проведення тренінгів та курсів для штату. Забезпечення стабільної якості готової продукції. 4. Підтримка стандартів HACCP та ISO. 5. Отримання сертифікату FSSC 22000. 6. Підпримка системи заходів LEAD.
Відділ продажів	1. Розширення існуючого рівня дистриб'юції. 2. Моніторинг ринку та пошук нових експортних ринків.
Відділ роботи з персоналом	1. Підтримка корпоративної культури концерну "Лантманнен" згідно Кодексу ділової етики. 2. Підвищення рівня інформованості персоналу. 3. Подальший розвиток корпоративної газети.
Фінансовий відділ	1. Забезпечення постійного та планового управління активами і пасивами ПрАТ “ЛАНТМАННЕН АКСА”. 2. Підвищення ефективності роботи за допомогою нової версії програми обліку та планування 1С версія 8.2. 3. Вдосконалення бізнес-процессів на підприємстві. 4. Впровадження проектного методу в управлінні

	інвестиціями.

Продовження Таблиці 3.3.

Відділ планування	1. Удосконалення стандартного виробничого розкладу. 2. Планування закупок сировини та матеріалів на базі безпечного рівня зберігання.
Відділ планування	1. Удосконалення стандартного виробничого розкладу. 2. Планування закупок сировини та матеріалів на базі безпечного рівня зберігання.
Відділ закупівель	1. Проведення переговорів із постачальниками щодо отримання вигідніших умов закупівлі сировини та матеріалів. 2. Моніторинг ринку та пошук нових постачальників. 3. Розробка та впровадження стандартного виробничого розкладу.
Відділ логістики	1. Підвищення ефективності управління запасами готової продукції. 2. Налагодження системи дистриб'юції товарів підприємства. 3. Стандартизація та регламентування операцій. 4. Підвищення ефективності роботи за допомогою нової версії обліку та планування 1С 8.2

Джерело: складено автором на основі даних про планово-економісну діяльність підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

Доцільним буде урізноманітнення товарної продукції ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА": запустити нові категорії сухих сніданків, нові смаки та добавки.

Стратегічно важливим для покращення експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є формування та зростаня резервів. Під резервами розуміються невикористані та постійно виникаючі можливості росту та вдосконалення експортних операцій та покращення їх кінцевих результатів. При пошуку резервів експортних операцій на підприємстві необхідно більш повно використовувати можливості підприємства за рахунок ліквідації втрат та нераціональних затрат при проведенні імпортних операцій.

Виявлення резервів – надзвичайно важливий етап для розробки планових організаційно-технічних заходів з метою підвищення ефективного функціонування підприємства.

Обізнаність щодо резервів, а саме їх величини і місць виникнення, дає змогу класифікувати їх за ступенем важливості, рівнем управління, часом дії. Резерви класифікують за кількома напрямками:

1) залежно від змісту: техніко-технологічні, економічні, соціальні, організаційні;

2) залежно від обсягу розповсюдження: загальні та часткові (специфічні);

3) залежно від важливості результату: основні та другорядні;

4) залежно від місця виникнення: народногосподарські, галузеві і внутрішньовиробничі;

5) залежно від структури: складні (багатофакторні) і прості (однофакторні);

6) залежно від часу дії: постійні і тимчасові.

З позицій управління як цілісної системи резерви поділяють на: організаційні, потенційні та перспективні.

Така класифікація є узагальненою для здійснення економічного аналізу підприємства. До організаційних резервів відносять втрати, які зумовили відхилення від нормального ходу діяльності, що відтворюються в планових показниках.

Щоб віднайти резерв, потрібно вивчити фактори цих відхилень, розподілити їх на керовані та некеровані з точки зору менеджменту, визначити втрати, до яких привели некеровані фактори впливу. До потенційних резервів відносять можливе поліпшення показників до рівня, який відтворює найкращий рівень діяльності підприємства. До перспективних резервів відносять можливе поліпшення показників до рівня, який відповідає всебічному впровадженню науково-технічного прогресу у діяльність підприємства.

У випадку з ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», для визначення його резервів, необхідно розглянути витрати при проведенні експортних операцій. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємство мало в 2013 році значні витрати, які становили 15,0 % виручки від реалізації товарів, а в 2017 році витрати становили 20% виручки від реалізації товарів. Показники цих витрат детально представлені в Таблиці 3.3. Розглянувши таблицю бачимо, що найбільша частка витрат займає собівартість та інші операційні витрати. В 2013 році інші операційні витрати склали 31198,3 тис. грн. або 39,8 % до загальних витрат підприємства, в 2015 році ці ж витрати склали 54394,2 тис. грн. або 21,4 % до загальних витрат підприємства, в 2017 році інші операційні витрати склали 12910,7 тис. грн., або 16,5 % до загальних витрат.

Таблиця 3.3

Витрати ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», пов’язані з експортом протягом 2013 – 2017 рр. (тис грн)

№	Найменування показника	2013	2014		2015		2016		2017	
		факт	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Загальний обсяг витрат, пов'язаний з експортом ВСЬОГО: у тому числі	31198,3	47040,4	15842,1	54394,2	7353,8	66491,4	12097,2	79402,1	12910,7
1.1.	Собівартість	10540,1	9651,9	-888,2	14240,0	4588,1	17345,1	3105,1	19542,5	2197,4
1.2.	Матеріальні витрати	125,5	251,1	125,6	450,5	199,4	560,1	109,6	679,1	119,0
1.3.	Витрати на оплату праці	340,2	350,0	9,8	364,2	14,2	372,6	8,4	410,3	37,7
1.4.	Відрахування на соціальні заходи	500,0	554,1	54,1	260,5	-293,6	355,8	95,3	630,9	275,1
1.5.	Амортизація	456,3	856,3	400,0	950,6	94,3	1097,2	146,6	1889,8	792,6
2	Інші операційні витрати:	1118,1	12688,5	11570,4	20064,2	7375,7	25850,3	5786,1	31998,5	6148,3

Продовження Таблиці 3.3.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2.1.	Складські витрати	2403,5	2560,5	157,0	2465,4	-95,1	2789,3	323,9	3505,2	715,9
2.2.	Витрати на збут	6230,0	7050,0	820,0	1300,0	-5750,0	3459,3	2159,3	3176,1	-283,2
2.3.	Витрати на зв'язок	6130,0	7140,0	1010,0	9230,0	2090,0	8511,1	-718,9	9702,4	1191,2
2.4.	Відрядження	200,0	700,0	500,0	540,0	-160,0	821,9	281,9	1122,0	300,1
2.5.	Інші витрати	3154,6	5238,0	2083,4	4528,8	-709,2	5328,6	799,8	6745,2	1416,6

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» (Додаток В).

В 2013 році собівартість склала 33,8 % до загальних витрат, у 2015 році зменшилась і склала 26,2 % загальних витрат, а в 2017 році собівартість зменшилась ще більше і склала 24,6 % до загальних витрат підприємства.

Для пошуку резервів на ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» доцільно розглянути інші операційні витрати. Якщо порівняти складові операційних витрат, то можна відмітити, що витрати на зв'язок займають найбільшу питому вагу за 2013 – 2017 роки. Так в 2013 році складські витрати склали 19,6 % до загальних витрат або 6130 тис. грн. В 2015 році ці витрати збільшилися і становили 9230 тис. грн., або 17,0 %. В 2017 році складські витрати збільшилися ще і становили 9702,4 тис. грн., або 22,2 %.

Питома вага та структура витрат на підприємстві представлена в Таблиці 3.4. Аналіз динаміки показників таблиці підтверджує, що рівень витрат обігу в значній мірі залежить від обсягу товарообороту.

Таблиця 3.4.

Питома вага витрат, що пов’язані з експортом на ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» за період 2013-2017 рр.(тис грн)

№	Найменування показника	2013	2014		2015		2016		2017	
		факт	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.	факт	абс.відх.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Загальний обсяг витрат, пов'язаний з експортом ВСЬОГО: у тому числі	100,0	100,0	-	100,0	-	100,0	-	100,0	-
1.1.	Собівартість	33,8	20,5	-13,3	26,2	5,7	26,1	-0,1	24,6	-1,5
1.2.	Матеріальні витрати	0,4	0,5	0,1	0,8	0,3	0,8	0,0	0,9	0,0
1.3.	Витрати на оплату праці	1,1	0,7	-0,3	0,8	0,0	0,6	-0,2	0,5	0,0
1.4.	Відрахування на соціальні заходи	1,6	1,2	-0,4	0,5	-0,7	0,5	0,1	0,8	0,3
1.5.	Амортизація	1,5	1,8	0,4	1,7	-0,1	1,7	-0,1	2,4	0,7
2	Інші операційні витрати:	3,6	27,0	23,4	36,9	9,9	38,9	2,0	40,3	1,4
2.1.	Складські витрати	7,7	5,4	-2,3	4,5	-0,9	4,2	-0,3	4,4	0,2
2.2.	Витрати на збут	20,0	15,0	-5,0	2,4	-12,6	5,2	2,8	4,0	-1,2
2.3.	Витрати на зв’язок	19,6	15,2	-4,5	17,0	1,8	12,8	-4,2	12,2	-0,6
2.4.	Відрядження	0,6	1,5	0,8	1,0	-0,5	1,2	0,2	1,4	0,2
2.5.	Інші витрати	10,1	11,1	1,0	8,3	-2,8	8,0	-0,3	8,5	0,5

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» (Додаток В)

Розглянемо витрати на складські приміщення. Підприємству необхідно акцентувати свою увагу на цій статті. ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» винаймає складські приміщення загальною площею 2875 квадратних метрів та робочою висотою 5,5 метрів. Річні витрати на утримання вказаної складської площі складають 1 310 400 грн. Продукція зберігаються на дворівневих стелажах загальною висотою 2,5 метра. На мою думку було б доцільно запровадити зберігання свого товару на чотирьохярусних стелажах загальною висотою 4,5 метрів з використанням пересувного складського гідропідйомника.

Таким чином, з'явиться можливість звільнити частину складської площі від використання і відповідно зменшити суму платежів на складські витрати. Приведемо прогнозні розрахунки вказаного заходу:

Ціна оренди 1 кв.м. складу складає 38 грн. Коефіцієнт корисного використання складу дорівнює частці площі, яку займають стелажі до загальної площі складу та складає 0,8. Корисна площа складу становить 2593,75 м кв.

Після установки чотирьохярусних стелажів при незмінній кількості товару на складі звільниться (з врахуванням фактору неможливості одночасного зберігання всього товару на всіх рівнях стелажів) біля 282 кв.м. Отже, можна буде зекономити на оренді складських приміщень 129 тис на рік. Якщо від цієї суму відняти витрати на встановлення стелажів та техніки для перевезення продукції, економія складатиме близько 14 000 грн., в наступні роки економія складатиме 129 тис грн щорічно.

Таким чином можна підсумувати, що завдяки такому методу зберігання товару ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» може використати резерв по зниженню витрат на складські приміщення в розмірі 10 % щорічно.

Далі розглядаючи Таблицю 3.4. можемо відзначити зменшення питомої ваги витрат на збут продукції, так в 2013 році витрати на збут складали 20 % від загальної кількості витрат, в 2015 році ці витрати складали вже 2,4 % від загальних, і в 2017 році витрати на збут складають 4 % від загальних витрат.

На мою думку, для зменшення цієї статті на ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» необхідно більш раціонально використовувати рекламну продукцію (каталоги, буклети). Поширювати її тільки не серед випадкових, а потенційних клієнтів, покупців, партнерів, тощо.

Крім того, підприємству необхідно провести серйозну маркетингову роботу по глибокому вивченню ринку рекламних послуг та послуг поліграфічних робіт в Києві та в області (де розцінки на рекламу та поліграфічні послуги нижчі в середньому на 20 %). Знайти виробника з найефективнішою комбінацією „ціна-якість" відносно поліграфічної продукції, яку ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» необхідно замовляти для рекламування свого товару. Завдяки вищеназваній роботі підприємству можливо досягнути близько 8 % зниження витрат на збут.

Ще однією статтею витрат по якій можна віднайти резерви виступає стаття „витрати по відрядженням" Динаміка річних показників в питомій вазі та в абсолютному виразі аналогічна вищеописаним елементам інших операційних витрат.

Підприємство має постійного постачальника за кордоном. Усі питання, що виникають стосовно поточної діяльності з партнером мають вирішуватись на зустрічах перших осіб двох підприємств при попередньому глибокому вивченні та підготовці цих питань спеціалістами обох підприємств. У відрядження за кордон необхідно їздити або директору, або заступнику директора, а не групами по 2-3 чоловіки, як це відбувається в даний час на підприємстві.. В деяких випадках доцільно було б скоротити час перебування у відрядженні. Скоротивши перебування у відрядженні за кордоном лише на 3 дні на місяць можливо знизити до 30 % витрат підприємства на відрядження.

Таблиця 3.5.

Витрати ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» пов’язані з експортом та можливі резерви їх зниження на 2019-2020 роки (тис грн)

№	Показник	2018 рік (попередні дані)	2019 рік (прогноз)	2020 рік (прогноз)	Прогноз з урахуванням прийнятих управлінських рішень	
					2019 рік	2020 рік
1	Загальний обсяг витрат, пов'язаний з експортом ВСЬОГО: у тому числі	88526,8	95484,5	102769	90555,1	97391,9
1.1.	Собівартість	21887,3	23698,4	25314,9	23698,4	25314,9
1.2.	Матеріальні витрати	720,1	785,7	824,8	785,7	824,8
1.3.	Витрати на оплату праці	450,9	498,7	510,4	498,7	510,4
1.4.	Відрахування на соціальні заходи	670,2	669,3	715,3	669,3	715,3
1.5.	Амортизація	2300,4	2541,2	2765,3	2541,2	2765,3
2	Інші операційні витрати:	36887,3	40118,2	43652,7	36106,4	39287,4
2.1.	Складські витрати	4009,1	4356,2	4573,8	3920,58	4116,42
2.2.	Витрати на збут	3245,5	3521,9	3751,7	3169,71	3376,53
2.3.	Витрати на зв’язок	9945,4	10654,1	11298,1	10654,1	11298,1
2.4.	Відрядження	1256,3	1297,9	1789,4	1168,11	1610,46
2.5.	Інші витрати	7154,3	7342,9	7572,3	7342,9	7572,3

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» (Додаток В).

Що стосується статті „інші витрати”, то вона складається з обов’язкових митних платежів, брокерських послуг, послуг ліцензійного складу тощо. Це витрати, резерви по яких входять до переліку резервів некерованих менеджментом підприємства, тому ми не розглядаємо їх в нашій роботі.

Підсумовуючи роботу по визначенню резервів на ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» представимо знайдені резерви у вигляді Таблиці 3.5.

Таким чином, по статті „Інші операційні витрати” в даній роботі запропоновано комплекс резервів майже по кожній складовій частині цих втрат.

Отже, пошук резервів на приватному підприємстві ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», представлений в даній роботі, надає можливість керівництву підприємства отримати практичні пропозиції по скороченню загальних витрат підприємства майже на 6% щорічно.

3.3. ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА»

ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» має перспективи ще ширшого та швидшого зростання, ніж це було в минулі роки. Резерви зростання обсягів реалізації значно збільшаться (Таблиця 3.6), на що вплине запропоноване скороченні загальних витрат на 6-10% після реалізації попередніх заходів.

Таблиця 3.6.

Резерви зростання обсягів реалізації ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» в 2018-2020рр.

Показник	2018 рік (попередні дані)	2019 рік (прогноз)	2020 рік (прогноз)	Прогноз з урахуванням прийнятих управлінських рішень	
				2019 рік	2020 рік
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	423590	476889	517629	524578	569392
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-250981	-278661	-297701	-306527	-327471
Валовий: прибуток	172609	198228	219928	218051	241921
Інші операційні доходи	4239	4381	4561	4381	4561
Адміністративні витрати	-20981	-22109	-25633	-22109	-25633
Витрати на збут	-145294	-16711	-19032	-15040	-17129
Інші операційні витрати	-3652	-3985	-4209	-3985	-4209
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	43982	48065	53461	52872	58807
Інші фінансові доходи	350	360	370	360	370
Інші доходи	2400	2500	2600	2500	2600
Фінансові витрати	-75620	-67413	-54255	-67413	-54255
Інші витрати	-5743	-6732	-7983	-6732	-7983
Чистий фінансовий результат: прибуток	28982	33065	38461	37872	43807

Джерело: складено та розраховано автором на основі даних про фінансову звітність

підприємства ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» (Додаток В)

За реальним прогнозом в 2018 році чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становитиме 423560 тис грн, в 2019 він становитиме 476889 тис грн, а в 2020 – 517629 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 524578 тис грн, а в 2020 – 569392 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) становитиме 250981 тис грн, в 2019 він становитиме 278661 тис грн, а в 2020 – 297701 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 306527 тис грн, а в 2020 – 327471 тис грн.

Для розрахунку валового прибутку потрібно від чистого доходу (товарів, робіт, послуг) відняти собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Отже, за реальним прогнозом в 2018 році валовий прибуток становитиме 172609 тис грн, в 2019 він становитиме 2198228 тис грн, а в 2020 – 219928 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 218051 тис грн, а в 2020 – 241921 тис грн.

Інші операційні доходи, адміністративні витрати, інші операційні витрати не зміняться і за прогнозами становитимуть: інші операційні доходи в 2019 – 4381 тис грн, а в 2020 – 4561 тис грн; адміністративні витрати в 2019 – 22109 тис грн, а в 2020 – 25633 тис грн; інші операційні витрати в 2019 – 3985 тис грн, а в 2020 – 4209 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році фінансовий результат від операційно діяльності: прибуток становитиме 43982 тис грн, в 2019 він становитиме 48065 тис грн, а в 2020 – 53461 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, фінансовий результат від операційно діяльності: прибуток

за прогнозом, збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 52872 тис грн, а в 2020 – 58807 тис грн.

Інші фінансові доходи, інші доходи та інші витрати не зміняться та за прогнозом становитимуть: інші фінансові доходи в 2019 – 360 тис грн, а в 2020 – 370 тис грн; інші доходи в 2019 – 2500 тис грн, а в 2020 – 2600 тис грн; інші витрати в 2019 – 6732 тис грн, а в 2020 – 7983 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році чистий фінансовий результат: прибуток становитиме 28982 тис грн, в 2019 він становитиме 33065 тис грн, а в 2020 – 38461 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, чистий фінансовий результат: прибуток, збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 37872 тис грн, а в 2020 – 43807 тис грн.

З розвитком інформатизації в Україні прискорився процес формування електронних інформаційних ресурсів та продуктів, насамперед, у формі баз даних, як найбільш ємного і наглядного способу представлення інформації. Існує слабка розвиненість інформаційних ресурсів у сфері ЗЕД, особливо інформаційно-аналітичного характеру, що пояснюється недостатнім розвитком аналітичної ланки інформаційної мережі країни, а також відсутністю загальнодержавних механізмів для наповнення даними ресурсами національного інформаційного простору.

Згідно статті 23 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право на одержання будь-якої інформації, необхідної для здійснення цієї діяльності, що не становить державної або комерційної таємниці. Обсяг інформації, що становить державну таємницю, визначається згідно із законами України.

Кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право на своєчасне ознайомлення з офіційними текстами законів та інших нормативних актів з наступною інформацією про зміни в них, що регулюють відносини, які прямо чи побічно стосуються зовнішньоекономічної діяльності. Державні органи, відомства та установи, що видають нормативні акти, зобов'язані офіційно публікувати їх у

загальнодоступних засобах інформації України, причому зазначені акти не можуть набирати чинності до їх офіційної публікації. Кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право на безпосереднє одержання інформації від державних органів, які на вимогу суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності зобов'язані на оплатній основі оперативно надавати їм повні офіційні тексти нормативних актів.

Зведення статистичної інформації щодо зовнішньоекономічної діяльності здійснює Державний комітет статистики України на підставі даних, що в обов'язковому порядку надаються органами, які провадять державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності (фінансові органи, органи державної митної служби, Національний банк України), а також суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Державний комітет статистики України зобов'язаний ознайомлювати суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності із статистичною інформацією, яка є в його розпорядженні, у порядку, встановленому законами України «Про інформацію» та «Про державну статистику».

Обґрунтовано, що третина обсягів інформації у світі використовується для опрацювання рішень, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності.

Повідомлення, тлумачення та роз'яснення тих чи інших явищ стають інформацією тільки тоді, коли вони зачіпають або слугують інтересам економічної ефективності як підсистеми загальної системи управління зовнішньоекономічної діяльності. Важливо, щоб на основі використання інформації можна було цілеспрямовано формувати механізм, за якого уразливість у зовнішньоекономічній сфері можна було б звести до мінімуму. Інформаційні знання треба розглядати як необхідні й суттєві фактори для експортно-імпортного розвитку. В цьому відношенні важливо сприяти формуванню дійового інформаційного поля. Доцільно говорити про використання інформаційних ресурсів у плані міжнародних класифікаторів

Сьогодні у світі працює багато міжнародних організацій, важливе місце в діяльності яких посідає інформаційна підтримка економічних суб’єктів різних

країн з питань розвитку ЗЕД.

До основних результатів покращення рівня інформаційного забезпечення, а в основу чергу і підвищення експортного потенціалу на ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», відноситься такі:

- проведення політики ведення бізнесу на підприємстві, що буде сприяти гармонійному розвитку концерну в цілому ;
- розвиток фінансового аспекту та покращення економічної активності підприємства на міжнародному рівні;
- формування сучасної інфраструктури організації роботи та виробництва на підприємстві;
- забезпечення вільного доступу бажаючим до використання інформаційно-інтелектуальних ресурсів.

Певного розповсюдження отримають автоматизовані засоби формування інформаційних ресурсів – інформаційні системи збору і обробки інформації, що створюються і функціонують як для забезпечення діяльності державних та недержавних структур, так і для ведення різносторонніх обліків у різних сферах діяльності. Як свідчить аналіз, зазначені інформаційні системи певною мірою забезпечують лише інформаційні потреби користувачів, проте не вирішують стратегічного для держави завдання – комплексного системного інформаційного забезпечення розвитку ЗЕД вітчизняних виробників, через відсутність єдиних підходів до програмного, технічного, лінгвістичного забезпечення функціонування систем, що часто призводить до їх несумісності та неможливості повноцінного обміну інформацією між ними, і найголовніше – значно ускладнює створення цілісної загальнодержавної інтегрованої інформаційної системи.

Через недостатнє організаційне та фінансове забезпечення сьогодні в Україні неефективно використовується і такий дієвий механізм інформаційного забезпечення ЗЕД, як міжнародна виставкова діяльність. Доволі слабким залишається представництво України у міжнародній інформаційній інфраструктурі, що, у поєднанні з відсутністю членства в системі СОТ, позбавляє країну можливості здійснення активного інформаційного обміну та інформаційної

експансії до міжнародного ринкового середовища. ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» буде проводити різні заходи виставкової діяльності в Україні та закордоном і це розширить коло потенційних споживачів.

Комплексний розвиток всіх складових процесу інформатизації: від створення сучасної інформаційної техніки, новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та потужних інформаційних мереж до розвитку інформаційно-інтелектуальних ресурсів і ринку інформаційних продуктів та послуг, забезпечує широке використання інформації у суспільно-господарському процесі, житті та діяльності кожного члена суспільства.

Рівень впровадження інформації сьогодні багато в чому визначає науково-технічний та інноваційний розвиток підприємств та суб'єктів економічної діяльності, підвищує ефективність процесу управління, суттєво змінює структуру конкурентоспроможності і сприяє розвитку набутих конкурентних переваг, що відносить інформаційне забезпечення до найбільш динамічних, швидко поновлюваних і гостро конкурентних ділянок міжнародного співробітництва і суперництва.

На базі інформаційної мережі в рамках підприємства буде сформована і успішно функціонувати багаторівнева, багатоканальна інформаційна система, робота якої технологічно забезпечиться сучасними досягненнями в галузі інформатизації. Завдяки регулюючої ролі та функціям міжнародних організацій, які з кожним роком розширюються, система інформаційного забезпечення набуде глобального характеру, стає основним фігурантом у розвитку не тільки глобального інформаційного, а й ділового середовища.

Гострота проблеми інформаційного забезпечення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в Україні обумовлюється недостатнім науково-технічним рівнем та недосконалими методами комерційної діяльності, а отже, загалом низькою конкурентоспроможністю вітчизняних товарів на міжнародних ринках. Вона диктується необхідністю розвитку ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» з урахуванням структурних пріоритетів світової економіки та формування

адекватної інноваційної та інвестиційної стратегії, спрямованої на входження в найбільш динамічні, перспективні сектори світового господарства.

Можливості запровадження інформаційного забезпечення повністю залежатиме від розвиненості інформаційної сфери країни, насамперед, інформаційної інфраструктури, яка, у свою чергу, визначається рівнем інформатизації суспільства.

Відсутність в Україні чітких і забезпечених ресурсами пріоритетів розвитку інформаційної сфери та повільні темпи розвитку інформатизації багато в чому визначають слабку розвиненість інформаційної інфраструктури. Безсистемність у придбанні комп'ютерної техніки не сприяє переходу процесу комп'ютеризації у, власне, інформатизацію і гальмує процес інтеграції України у світовий інформаційний простір. Звідси випливає необхідність посилення державного регулювання в галузі розвитку інформатизації.

Діяльність структур у сфері інформаційного забезпечення в Україні є на сьогодні організаційно та функціонально роз'єднаною; відсутні єдині загальнодержавні інформаційно-методологічні підходи до вирішення ними завдань інформаційного забезпечення; недостатньою є розвиненість забезпечення ЗЕД, особливо, інформаційно-аналітичного та статистично-аналітичного його аспекту.

Удосконалення інформаційної мережі потребує активного розвитку за сприяння держави (організаційного, нормативно-правового, фінансового) комерційних інформаційно-аналітичних структур у сфері ЗЕД, запровадження загальнодержавних засад та організаційних, методичних і фінансово-економічних механізмів для активізації наповнення інформаційного простору країни інформаційними ресурсами у цій сфері, систематизованими і, певною мірою, структурованими відповідно до світової практики.

Вирішення завдань розбудови індустрії інформаційного забезпечення передбачає розширення членства України в міждержавних інформаційних об'єднаннях, а, відповідно, – визначення засад здійснення обміну національних інформаційних ресурсів на бартерній чи комерційній основі на інформаційні

ресурси інших країн, формування та використання інформаційних ресурсів у співробітництві з іншими країнами.

Вдосконалення нормативно-правового врегулювання на ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» потребуватиме процесу створення інформаційних технологій, рівень уніфікації яких буде відповідати міжнародним стандартам, а стан та темпи розробки і впровадження – світовим тенденціям розвитку глобального інформаційного простору, внаслідок чого зросте експортний потенціалу продукції ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» та послуги будуть конкурентоспроможними на світовому ринку сухих сніданків. Це зумовить необхідність зміцнення вітчизняного потенціалу програмного забезпечення та створенню пільгових умов для вітчизняних виробників програмних продуктів із закріпленням їх у відповідних статтях нового Податкового кодексу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Пріоритетними напрямками розвитку експортної діяльності підприємств харчової промисловості України повинні стати наступні заходи:

1. Підвищення активності регіональних підприємств і організацій на зовнішньому ринку; послідовна перебудова товарної структури експорту й імпорту; наближення її до структурних співвідношень, властивим країнам з ринковою економікою.

2. Переорієнтація політики підприємств на виробництво високоліквідної диверсифіцированої продукції, забезпечення глибоких маркетингових досліджень, замість практики збуту товару будь-якими засобами і за будь-яку ціну.

3. Зміна структури експортної продукції, скорочення частки сировинних товарів на користь високотехнологічних, підвищення конкурентноздатності продукції традиційних експортних областей.

4. Відновлення традиційних і освоєння нових ринків збуту; забезпечення пріоритетності російським ринкам і іншим країнам СНД.

5. Розширенням сфери зовнішньоекономічних зв'язків з нетрадицій-ними партнерами.

Головне завдання української держави сьогодні − визначити нові напрямки, форми, засоби та етапи реалізації зовнішньоекономічної стратегії. Реструктуризація народного господарства країни має бути здійснена з урахуванням внутрішніх можливостей і зовнішніх факторів для того, щоб, використавши існуючі та розкривши потенційні конкурентні переваги національної економіки, сприяти реалізації національних економічних інтересів, зростанню добробуту народу.

Серед основних факторів, що в значній мірі впливають на діяльність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є політичні та фінансово-економічні фактори, а саме: зміна уряду, зміна законодавства, податковий прес, підвищення цін на основну

сировину, пакувальні матеріали, енергоносії, паливо, тощо. Серед факторів, що мають середній вплив на діяльність підприємства, є моральний та технічний знос обладнання, кваліфікація персоналу.

Основними діями ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" щодо зменшення впливу вказаних факторів є заміна та модернізація виробничого обладнання підприємства, навчання та підвищення класифікації виробничого та технічного персоналу, підвищення якості продукції та якості надання послуг.

Товариство не має достатньої кількості грошових коштів для забезпечення поточних потреб. Ситуація значно ускладнюється нестабільною економічною та політичною ситуацією в Україні, девальвацією національної валюти, військовими діями. Для поповнення обігових коштів ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" бере банківські короткострокові кредити та кредити від нерезидентів. Попри це, на кінець звітних періодів у 2013-2017 роках підприємство не мало невиконаних договорів.

На даному етапі стратегічно важливим для ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є досягати подальшого прибутку, попри скрутну економічну та політичні ситуацію в країні.

Варто збільшити продажу сухих сніданків в Україні, збільшити експорт продукції в країни СНД т країни Європи, вести пошук нових ринків збуту продукції підприємства за кордоном.

Дуже важливим для подальшого функціонування підприємства є постійне покращення якості продукції та дизайну упаковок.

Тренінги та семінари для персоналу допоможуть підвищити ефективність їхньої праці на підприємстві та підніме рівень кваліфікації кадрів.

Головне завдання ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» зараз – це зростання продуктивності та зменшення витрат, в першу чергу непродуктивних

Потрібно забезпечувати постійне та планове управління активами і пасивами ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» , підвищувати ефективність роботи за допомогою нової версії програми обліку та планування 1С версія 8.2.,

вдосконалювати бізнес-процеси на підприємстві, впровадити проектний метод в управлінні інвестиціями.

Стратегічно важливим для покращення експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є формування та зростаня резервів. Під резервами розуміються невикористані та постійно виникаючі можливості росту та вдосконалення експортних операцій та покращення їх кінцевих результатів. При пошуку резервів експортних операцій на підприємстві необхідно більш повно використовувати можливості підприємства за рахунок ліквідації втрат та нераціональних затрат при проведенні імпортних операцій.

Пошук резервів на приватному підприємстві ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», представлений в даній роботі, надає можливість керівництву підприємства отримати практичні пропозиції по скороченню загальних витрат підприємства майже на 6-10% щорічно.

За реальним прогнозом в 2018 році чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становитиме 423560 тис грн, в 2019 він становитиме 476889 тис грн, а в 2020 – 517629 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 524578 тис грн, а в 2020 – 569392 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) становитиме 250981 тис грн, в 2019 він становитиме 278661 тис грн, а в 2020 – 297701 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 306527 тис грн, а в 2020 – 327471 тис грн.

Для розрахунку валового прибутку потрібно від чистого доходу (товарів, робіт, послуг) відняти собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Отже, за реальним прогнозом в 2018 році валовий прибуток становитиме 172609 тис грн, в 2019 він становитиме 2198228 тис грн, а в 2020 – 219928 тис грн. При

запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 218051 тис грн, а в 2020 – 241921 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році фінансовий результат від операційно діяльності: прибуток становитиме 43982 тис грн, в 2019 він становитиме 48065 тис грн, а в 2020 – 53461 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, фінансовий результат від операційно діяльності: прибуток за прогнозом, збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 52872 тис грн, а в 2020 – 58807 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році чистий фінансовий результат: прибуток становитиме 4398 тис грн, в 2019 він становитиме 4806 тис грн, а в 2020 – 42981 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, чистий фінансовий результат: прибуток, збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 5287 тис грн, а в 2020 – 5881 тис грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Експортний потенціал підприємства – це можливість підприємства виконувати функцію суб’єкта міжнародної економічної діяльності, виготовляючи продукцію, яка буде задовольняти потреби зовнішніх ринків.

Харчова промисловість світу складається з великої кількості галузей, основою яких є багатогалузеве сільське господарство. В її складі є первинне виробництво (рибальство, полювання), виробництво напівфабрикатів (борошномельне, цукрове, попередня обробка молока), виробництво готової продукції (сир, вершкове масло, молочні та м’ясні продукти, хліб, кондитерські вироби тощо), а також деяких непродовольчих товарів - тютюнових виробів, мила та мийних засобів, парфумерно-косметичної продукції.

За розміщенням усі галузі можна об'єднати у дві групи: ті, що орієнтуються на довізну сировину, і ті, що тяжіють до споживача. Промисловість вирішує одну з глобальних проблем людства — продовольчу.

У розвинених країнах, на відміну від країн, що розвиваються, наявні всі п'ять стадій просторово-територіальної і технологічної організації переміщення сільськогосподарської продукції від поля й ферми до споживача: виробництво — обробка — пакування — транспортування — реалізація.

Сьогодні головними виробниками і споживачами продукції харчової промисловості є розвинені країни світу.

Найбільше продовольства експортують американські країни - США, Бразилія, Канада, Аргентина, а також Китай. Троє з цієї п'ятірки належать і до найбільших у світі імпортерів продовольства. Причому лідер в обох випадках залишається незмінним - США. За ними послідовно розташовуються Японія, Китай, Росія і Канада.

За оцінками ФАО, світове виробництво м'яса в живій вазі до 2026 року збільшиться на 13% В основному це відбудеться завдяки таким країнам, як США, Китай, Бразилія та країни ЄС. Найбільше зростання очікується по виробництву м'яса птиці (45 відсотків від усього приросту). Очікується зростання виробництва яловичини на 11%, зокрема 75% успіху забезпечать Бразилія, Мексика, Пакистан і Індія. Виробництво свинини, навпаки, буде сповільнюватися.

Щодо молока, то до 2012 року ФАО прогнозує нарощення виробництва на 22%. Очікується, що розвинені країни поступляться лідерством у виробництві молока країнам, що розвиваються. Здебільшого ця тенденція стосуватиметься Азії, значна частка припадатиме на Індію та Пакистан.

У світовому виробництві цукру 2/3 припадає на тростинний і 1/3 – на буряковий. Великими експортерами цукру є Бразилія, Куба, Австралія, ПАР і Таїланд, а такі європейські країни, як Франція, Нідерланди, Німеччина поступово знижують обсяги виробництва. Великими імпортерами є Росія, США, Японія, деякі європейські країни, Іран.

Найбільшим виробником тютюнових виробів є США, Китай, Індія, Німеччина. Стрімко зростає тютюнова індустрія в Китаї.

Схожа тенденція спостерігається серед країн-виробників вин, пива та горілчаної продукції: у високорозвинених країнах виробництво поступово скорочується, а в нових індустріальних країнах навпаки зростає. Провідними виробниками та експортерами виноградних вин є Італія, Франція, США та Іспанія. У пивоварстві великими виробниками є США, Німеччина, Велика Британія, Японія та Китай.

Для підвищення своєї конкурентної позиції українським підприємствам необхідно орієнтуватися на кращий світовий досвід, виходячи на іноземні ринки збуту та вивчаючи досвід конкурентної боротьби у складних умовах зовнішнього конкурентного середовища. Розвиток експортного потенціалу українських підприємств дозволить не тільки отримати додаткові доходи та завантажити потужності, що не використовуються, але й сприятиме зміцненню конкурентоспроможності та збільшенню ефективності діяльності підприємств.

Із метою пов'язання цих проблем необхідно провести реконструкцію і технологічну модернізацію виробничих потужностей підприємств харчової промисловості та машинобудування, яке випускає устаткування для цієї галузі, сільськогосподарського машинобудування, виробничої інфраструктури.

Такі зміни позитивно вплинуть на розвиток харчовій промисловості України та на економіку країни.

Нормативно-правова система, що забезпечує здійснення експортної діяльності в Україні, має такі основні напрямки:

1) регулювання проведення експортних операцій – це визначення основ, принципів та порядку проведення експортних операцій (Конституція України, Митний та Господарський кодекси, Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та ін.);

2) контроль проведення експортних операцій – це встановлення заходів, що контролюють експортні операції з метою захисту вітчизняних інтересів (Укази Президента України, Декрети Кабінету Міістрів та ін.)

Нормативно-правова база регулювання експортних операцій постійно оновлюється та удосконалюється, що є позитивним для розвитку бізнесу, проте розвиток міжнародних економічних відносин України потребує детальнішого дослідження інфраструктури проведення зовнішньоекономічних операцій підприємствами та її законодавчо-нормативного забезпечення.

Відбувається постійне зростання обсягів зовнішньоекономічних операцій вітчизняних підприємств, що прослідковується в динаміці показників платіжного балансу України. Це відбувається на фоні зростання зовнішньоторговельного обороту України та припливу іноземної валюти. З боку уряду в даному напрямку доречним буде скасування невиправданих нетарифних та тарифних обмежень в зовнішньоекономічній діяльності, допомога в освоєнні українськими підприємствами нових ринків за кордоном та заохочення іноземних інвестицій в Україну.

Для підтримання конкурентоспроможності підприємства на зарубіжних ринках слід використовувати комплексний підхід до оцінки на всіх трьох рівнях

діяльності підприємства – від стратегічного до оперативного.

Науковці, що досліджували експортний потенціал підприємства, торкались питання його визначення та оцінки. Деякі з дослідників сумніваються у можливості точної кількісної оцінки експортного потенціалу через дуже велику кількість факторів, що на нього впливають та суб'єктивний характер відбору показників оцінки та самої категорії експортного потенціалу.

На сьогоднішній день не існує загальноприйнятої методики визначення оцінки експортного потенціалу підприємства. Як правило, дослідження експортного потенціалу зводиться до аналізу динаміки, товарної, географічної структур підприємства та прогнозу експорту даними структурами.

Експортний потенціал підприємства визначається складовими елементами, що визначають різні аспекти його діяльності. Існує декілька методичних підходів до оцінки окремих показників діяльності підприємства, відповідно до яких можна зрозуміти якою повинна бути методика розрахунку експортного потенціалу підприємства.

ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" є частиною скандинавського харчового концерну Lantmannen. З початку 2015 року компанія є лідером з виготовлення сухих сніданків в Україні у сегменті виробництва сухих сніданків і займає близько 60% ринку в даному сегменті.

Компанія використовує унікальні технологій виробництва, постійно збільшує та урізноманітнює власний асортимент. Продукція користуються великою популярністю не лише на території України, але й за кордоном і успішно продається у 45 країнах світу: в Росії, Узбекистані, Казахстані, Молдові, Грузії, Естонії, Литві, Латвії та Данії. 70 % продукції надходить до українських магазинів, 30% експортується до інших країн. Органічну сировину для виготовлення продукції закуповують переважно в Україні. Потужність виробництва — 25 тонн на добу і близько 7 тисяч тонн в рік. Завод працює цілодобово у три зміни. Всього на підприємстві працює 215 працівників.

Компанія слідкує за тим, щоб продукція розвивалася відповідно до попиту на неї з боку споживачів та періодично оновлює асортимент товарів.

Проаналізувавши фінансовий стан підприємства можна сказати, що власність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» протягом 2013-2017 років поступово збільшувалася, це говорить про те, що підприємство вдало розширює свою фінансову діяльність. Також це може позитивно відобразитись на подальшій господарській діяльності підприємства.

Вартість запасів підприємства увесь час зростала протягом 2013 – 2017 років. У 2013 році вона становила 11 894 грн, а у 2017 році становила 41 193 грн.

Дослідивши структуру капіталу підприємства можна сказати, що з роками воно стає більш фінансово незалежним, а отже, вірогідність фінансового ризику та фінансової залежності щороку зменшується. Позитивним є збільшення коефіцієнту стійкості економічного зростання. Господарська та фінансова діяльність підприємства є ефективною і ця ефективність зростає з року в рік.

Негативним є зменшення виручки в 2016 та 2017 роках, що вплинуло на забезпеченість підприємством зобов'язань. Має місце зношеність активів, що стимулює до оновлення та модернізації.Тривалість операційного та фінансового циклів щороку зростала. Недостатня забезпеченість оборотним капіталом.

Приватне акціонерне товариство "ЛАНТМАННЕН АКСА" є правонаступником Відкритого акціонерного товариства "ЛАНТМАННЕН АКСА" та Публічного акціонерного товариства "ЛАНТМАННЕН АКСА", ідентифікаційний код 00378537.

Предмет діяльності – виробництво, переробка, пакування, оптова та роздрібна торгівля різними видами продукції харчової промисловості.

Статутний капітал становить 20 949 820 гривень 80 копійок. Статутний капітал поділений на 418 996 416 штук простих іменних акцій номінальною вартістю 0 гривень 05 коп. кожна.

Товариство формує резервний капітал у розмірі 15% від розміру статутного капіталу. Формується шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку.

Накопичений нерозподілений прибуток використовується як власні обігові кошти підприємства для здійснення господарської діяльності.

Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність відповідно до чинного законодавства україни та предмету своєї діяльності. Держава не відповідає за зобов'язаннями товариства у зовнішньоекономічних відносинах.

Валютна виручка після проведення зовнішньоекономічної операції зараховується на валютних рахунок товариства і використовується ним відповідно до чинного законодавства України.

У всьому, що не врегульовано Статутом, підприємство керується чинним законодавством України. До внутрішніх положень підприємства належать Положення про Наглядову раду, Положення про Загальні збори акціонерів, Положення про Генерального директора та Положення про Ревізійну комісію.

У 2017 році відбувся позитивний грошовий потік у розмірі в 13,3 млн.грн. та був одержаний операційний прибуток у розмірі 34,5 млн.грн. Виконання плану виробництва склало 102% при продуктивності виробництва 58,0 кг/ л.год.

Загальний обсяг реалізації сухих сніданків становив 6 325 тонн що на 135 тонн або 2% більше ніж в 2016 році за рахунок новинок, зростання попиту на українському ринку та виходу на нові експортні ринки. Продаж сухих сніданків в Україні склав 4 540 тонн, що на 4% більше ніж в 2016 році.

На сьогодні ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» поставляє продукцію на експорт - до Данії, Росії, Естонії, Молдови, Казахстану, Узбекістану, Киргізії, Грузії, Азербайджану, Білорусі, Арменії, Румунії, Турції, Туркменістану, ОАЕ, Китаю та Болгарії.

Частка експорту в структурі реалізації у 2017 році склала 28%. Лідерами експортних продажів є Росія (459 тонн), Молдова (313 тонн), Грузія (195 тонни). Сукупний обсяг продажу в інші країни СНД склав 448 тонн. Також в 2017 році готова продукція була відвантажена в країни північної та східної Європи – Болгарію, Румунію та Туреччину (в сукупності 25 тонн), а також в ОАЕ та Китай – сумарно 70 тонн.

Стратегією діяльності Товариства на 2018 рік є подальший прибутковий розвиток незважаючи на скрутну економічну та політичну ситуацію в Україні.

Підвищення продажу сухих сніданків в Україні,підвищення експорту сухих сніданків. Розширення переліку країн-експортерів. Подальше поліпшення якості готової продукції. Підвищення ефективності, зростання продуктивності та зменшення витрат, в першу чергу непродуктивних, в т.ч. за рахунок впровадження системи заходів LEAD. Зменшення постійних витрат у порівнянні із 2017 роком. Підвищення ефективності роботи персоналу.

Пріоритетними напрямками розвитку експортної діяльності підприємств харчової промисловості України повинні стати наступні заходи:

1. Підвищення активності регіональних підприємств і організацій на зовнішньому ринку; послідовна перебудова товарної структури експорту й імпорту; наближення її до структурних співвідношень, властивим країнам з ринковою економікою.

2. Переорієнтація політики підприємств на виробництво високоліквідної диверсифіцированої продукції, забезпечення глибоких маркетингових досліджень, замість практики збуту товару будь-якими засобами і за будь-яку ціну.

3. Зміна структури експортної продукції, скорочення частки сировинних товарів на користь високотехнологічних, підвищення конкурентноздатності продукції традиційних експортних областей.

4. Відновлення традиційних і освоєння нових ринків збуту; забезпечення пріоритетності російським ринкам і іншим країнам СНД.

5. Розширенням сфери зовнішньоекономічних зв'язків з нетрадицій-ними партнерами.

Головне завдання української держави сьогодні − визначити нові напрямки, форми, засоби та етапи реалізації зовнішньоекономічної стратегії. Реструктуризація народного господарства країни має бути здійснена з урахуванням внутрішніх можливостей і зовнішніх факторів для того, щоб, використавши існуючі та розкривши потенційні конкурентні переваги національної економіки, сприяти реалізації національних економічних інтересів, зростанню добробуту народу.

Серед основних факторів, що в значній мірі впливають на діяльність ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є політичні та фінансово-економічні фактори, а саме: зміна уряду, зміна законодавства, податковий прес, підвищення цін на основну сировину, пакувальні матеріали, енергоносії, паливо, тощо. Серед факторів, що мають середній вплив на діяльність підприємства, є моральний та технічний знос обладнання, кваліфікація персоналу.

Основними діями ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" щодо зменшення впливу вказаних факторів є заміна та модернізація виробничого обладнання підприємства, навчання та підвищення класифікації виробничого та технічного персоналу, підвищення якості продукції та якості надання послуг.

Товариство не має достатньої кількості грошових коштів для забезпечення поточних потреб. Ситуація значно ускладнюється нестабільною економічною та політичною ситуацією в Україні, девальвацією національної валюти, військовими діями. Для поповнення обігових коштів ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА" бере банківські короткострокові кредити та кредити від нерезидентів. Попри це, на кінець звітних періодів у 2013-2017 роках підприємство не мало невиконаних договорів.

На даному етапі стратегічно важливим для ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є досягати подальшого прибутку, попри скрутну економічну та політичні ситуацію в країні.

Варто збільшити продажу сухих сніданків в Україні, збільшити експорт продукції в країни СНД т країни Європи, вести пошук нових ринків збуту продукції підприємства за кордоном.

Дуже важливим для подальшого функціонування підприємства є постійне покращення якості продукції та дизайну упаковок.

Тренінги та семінари для персоналу допоможуть підвищити ефективність їхньої праці на підприємстві та підніме рівень кваліфікації кадрів.

Головне завдання ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» зараз – це зростання продуктивності та зменшення витрат, в першу чергу непродуктивних

Потрібно забезпечувати постійне та планове управління активами і пасивами ПрАТ "ЛАНТМАННЕН АКСА", підвищувати ефективність роботи за допомогою нової версії програми обліку та планування 1С версія 8.2., вдосконалювати бізнес-процеси на підприємстві, впровадити проектний метод в управлінні інвестиціями.

Стратегічно важливим для покращення експортного потенціалу ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» є формування та зростаня резервів. Під резервами розуміються невикористані та постійно виникаючі можливості росту та вдосконалення експортних операцій та покращення їх кінцевих результатів. При пошуку резервів експортних операцій на підприємстві необхідно більш повно використовувати можливості підприємства за рахунок ліквідації втрат та нераціональних затрат при проведенні імпортних операцій.

Пошук резервів на приватному підприємстві ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА», представлений в даній роботі, надає можливість керівництву підприємства отримати практичні пропозиції по скороченню загальних витрат підприємства майже на 6-10% щорічно.

За реальним прогнозом в 2018 році чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становитиме 423560 тис грн, в 2019 він становитиме 476889 тис грн, а в 2020 – 517629 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 524578 тис грн, а в 2020 – 569392 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) становитиме 250981 тис грн, в 2019 він становитиме 278661 тис грн, а в 2020 – 297701 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 306527 тис грн, а в 2020 – 327471 тис грн.

Для розрахунку валового прибутку потрібно від чистого доходу (товарів, робіт, послуг) відняти собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Отже, за реальним прогнозом в 2018 році валовий прибуток становитиме 172609 тис грн, в 2019 він становитиме 2198228 тис грн, а в 2020 – 219928 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, за прогнозом, чистий дохід збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 218051 тис грн, а в 2020 – 241921 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році фінансовий результат від операційно діяльності: прибуток становитиме 43982 тис грн, в 2019 він становитиме 48065 тис грн, а в 2020 – 53461 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, фінансовий результат від операційно діяльності: прибуток за прогнозом, збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 52872 тис грн, а в 2020 – 58807 тис грн.

За реальним прогнозом в 2018 році чистий фінансовий результат: прибуток становитиме 4398 тис грн, в 2019 він становитиме 4806 тис грн, а в 2020 – 42981 тис грн. При запровадження заходів, представлених в попередньому пункті, чистий фінансовий результат: прибуток, збільшиться майже на 10%. Тобто, в 2019 році він становитиме 5287 тис грн, а в 2020 – 5881 тис грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»: ВВР від 04.02.2009, № 27, ст. 349.
4. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» від 23.09.1994 № 185/94-ВР
5. Указ Президента України «про заходи, щодо запобігання експорту товарів походженням з України за цінами, що можуть розглядатися як демпінгові, та врегулювання торговельних спорів» від 25.08.1994 № 475/94
6. Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19.02.1993 № 15-93
7. Декрет Кабінету Міністрів України «Про страхування» від 07.03.1996 № 85/96-ВР
8. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про затвердження положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» від 6.09.2001 року N 201).
9. Агрохолдинг Lantmannen інвестував $15 млн в Бориспільський завод з виробництва сухих сніданків [Електронний ресурс] // Argavery (Аграрне інформаційне агенство). – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://agravery.com/uk/posts/show/agroholding-lantmannen-investuvav-15-mln-v-borispilskij-zavod-z-virobnictva-suhih-snidankiv.

10. Венгерська Н. С. Експортний потенціал харчової промисловості України / Н. С. Венгерська, А. Р. Калантарова. // Економіка розвитку (Economics of Development). – 2014. – №4. – С. 15–18

11. Волошина К. П. Оцінка експортного потенціалу підприємства / К. П. Волошина. // Управління розвитом. – 2013. – С. 9–11.

12. Географія: підручник для 9 класу / Й. Р. Гілецікий, Р. Р. Сливка, Я. Д. Атаманюк, Р. Д. Чобан. – Харків: Ранок, 2017. – 208 с.

13. Географія харчової промисловості світу [Електронний ресурс] // Geograf.com.ua. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.geograf.com.ua/human/school-course/397-geografiya-kharchovoji-promislovosti-svitu.

14. Дружиніна В. Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності / В.В. Дружиніна, Л.В. Різніченко // Актуальні проблеми економіки, 2010. − № 7 (109). − С. 246–253.

15. Енциклопедія виробничого менеджера [Електронний ресурс] // Управление производством. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.up-pro.ru/encyclopedia/kaizen-sistema.html.http://www.up-pro.ru/encyclopedia/kaizen-sistema.html

16. Каталог продукції [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua/ua/products/all.

17. Козьменко С.М. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу інновацій машинобудування / С. М. Козьменко, С. І. Колосок. // Ефективна економіка. - 2010. - № 12.

18. Компанія «ЛАНТМАННЕН АКСА» : Ми робимо світ смачнішим [Електронний ресурс] // Термінал: інформаційний тижневик Бориспільщини. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.terminalnews.com.ua/2018/05/10/%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%8F-%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B5%D0%BD-

%D0%B0%D0%BA%D1%81%D0%B0-%D0%BC%D0%B8-%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BC%D0%BE/.

19. Країни світу за рівнем якось продуктів харчування [Електронний ресурс] // Всесвітня організація охорони здоров'я. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.who.int/.

20. ЛАНТМАННЕН АКСА знову відкриває двері гостям [Електронний ресурс] // КАЙДЗЕН Клуб в Україні. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.kaizenclub.com.ua/press-tsentr/novini-klubu/689-kaizen-tour-lantmannen-axa-13-09-2016.html.

21. Лапін О. В. Шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємств харчової промисловості / О. В. Лапін, К. М. Горицька. // Ефективна економіка. – 2016. – №11.

22. Матвєєв В. В. Експортний потенціал підприємства: сутність і особливості формування / В. В. Матвєєв, І. К. Ярмоленко. // Ефективна економіка. – 2015. – №1.

23. Мельник О. Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу / О. Г. Мельник. // Проблеми економіки. – 2017. – №1. – С. 226–231.

24. Мельник Т.М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т.М. Мельник // Міжнародна економічна політика: наук. журнал, 2009. − № 8–9. − С. 221–245.

25. Надтока О. Ф. Географія: навч. посібник / О. Ф. Надтока, О. М. Топузов. – Київ: УОВЦ "Оріон", 2017. – 208 с.

26. На скільки вистачить їжі в світі? [Електронний ресурс] // Харчі.Інфо. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://harchi.info/articles/na-skilky-vystachyt-yizhi-v-sviti.

27. Негоденко В. С. Формування економічного потенціалу підприємств харчової промисловості / В. С. Негоденко. // Економіка харчової промисловості. – 2014. – №2. – С. 28–32.

28. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності у 2010-2016 роках [Електронний ресурс] // Державна Служба Статистики України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/pr/orp_rik/orp_rik_u.htm.

29. Положення про Генерального директора Приватного акціонерного товариства «ЛАНТМАННЕН АКСА» [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua/sites/default/files/director.pdf

30. Положення про Загальні збори акціонерів Приватного акціонерного товариства «ЛАНТМАННЕН АКСА» [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua/sites/default/files/sbori_akcionerov.pdf

31. Положення про Наглядову раду Приватного акціонерного товариства «ЛАНТМАННЕН АКСА» [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua/sites/default/files/naglyad_rada.pdf

32. Положення про Ревізійну комісію Приватного акціонерного товариства «ЛАНТМАННЕН АКСА» [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua/sites/default/files/revision.pdf

33. Про компанію [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://axa.ua.

34. Про компанію [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua.

35. Розвиток експортного потенціалу як складова модернізації зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс] // Науковий журнал "Зовнішні справи". – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka/view/article/rozvitok-eksportnogo-potencialu-jak-skladova-moderniz/.

36. Рябенко В. В. Формування ресурсного потенціалу підприємств харчової промисловості / В. В. Рябенко. // Продовольчі ресурси. Серія : Економічні науки. – 2014. – №4. – С. 132–137.

37. Стратегія підприємства : підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі та ін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2009. – 560 с.

38. Сейфуллаева М. Є. Международній менеджмент : [учебное пособие] / М. Є. Сейфуллаева. – М. : КноРус, 2011. – 232 с.

39. Соколовська В. М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарування / В. М. Соколовська. // Ефективна економіка. – 2012. – №4.

40. Солоха Д.В. Теоретико-методичні основи оцінки рівня інноваційного потенціалу промислового регіону / Д.В. Солоха // Економіка розвитку, 2010. − № 4 (56). − С. 42–44

41. Статут Приватного акціонерного товариства «ЛАНТМАННЕН АКСА» [Електронний ресурс] // ПрАТ «ЛАНТМАННЕН АКСА» . – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://lantmannen.ua/sites/default/files/statut_all.pdf.

42. ТОП-5 країн з виробництва молока у світі [Електронний ресурс] // AgroNews. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://agronews.ua/node/84482.

43. Управління експортним потенціалом України : [монографія] / А. А. Мазаракі [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2007. – 210 с.

44. ФАО: Виробництво м’яса птиці в світі збільшилось, свинина скорочує розрив [Електронний ресурс] // Журнал LANDLORD. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://landlord.ua/fao-virobnitstvo-m-yasa-ptitsi-v-sviti-zbilshilos-svinina-skorochuye-rozriv/.

45. ФАО: виробництво м'яса в світі до 2026 року зросте на 13% [Електронний ресурс] // ТОВ Видавництво "Агро Прес". – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://agro.press/ua/article/fao--proizvodstvo-miasa-v-mire-k-2026-godu-vyrastet-na-13-.

46. Фоменок Д. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / Д. Фоменок, С. Дубков, С. Дадалко // Баковский весник. – 2011. – № 10. – С. 29-35.

47. Чотири факти про виробництво м'яса в Україні та світі [Електронний ресурс] // Українські національні новини. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.unn.com.ua/uk/news/1714934-chotiri-fakta-pro-virobnitstvo-myasa-v-ukrayini-ta-sviti.

48. Чубар М. М. Методи оцінки експортного потенціалу підприємства / М. М. Чубар. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – С. 92–96.

49. Що таке екструзія? [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://soft-agro.com/kormoproizvodstvo/chto-takoe-ekstruziya.html.

ДОДАТОК А

Країни світу за рівнем якості продуктів харчування (2017 рік) [2]

Місце	**Країна**	**Місце**	**Країна**
1	Нідерланди	**33**	Україна, Мальта, Словенія
2	Швейцарія	**44**	Росія, Казахстан
3	Франція	**57**	Білорусь
4	Бельгія	**121**	Ємен
5	Австрія	**122**	Мадагаскар
6	Швеція	**123**	Ангола
7	Данія	**124**	Ефіопія
8	Австралія	**125**	ЧАД
9	Люксембург		
10	Португалія		

ДОДАТОК Б

Баланс (Звіт про фінансовий стан) 2013-2017 роки

Актив	Код рядка	2013	2014	2015	2016	2017
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи:	1000	1355	2015	2897	4869	6007
первісна вартість	1001	2151	3397	5192	7648	11532
накопичена амортизація	1002	-796	-1382	-2295	-2779	-5525
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0	0	0
Основні засоби:	1010	35914	38848	47306	51350	56603
первісна вартість	1011	65472	72253	85461	94230	105297
Знос	1012	-29558	-33405	-38155	-42880	-48694
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0	0	0
знос	1017	0	0	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	365	396	451	378	0
Гудвіл	1050	0	0	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0	0	0
Усього за розділом I	1095	37634	41259	50654	56597	62610
II. Оборотні активи						
Запаси	1100	11894	16850	20056	32197	41193
Виробничі запаси	1101	0	0	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0	0	0

Товари	1104	0	0	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	28610	42434	63494	66823	86105
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	910	3431	2513	1664	2179
з бюджетом	1135	1944	4946	3094	3925	2104
у тому числі з податку на прибуток	1136	101	692	692	692	183
з нарахованих доходів	1140	0	0	0	7	1
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	67	203	260	75	101
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	196	3984	1597	35227	17063
Готівка	1166	0	0	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов’язань	1181	0	0	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	1	4	0	1	2
Усього за розділом II	1195	43622	71852	91014	139919	148748
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0	0	0
Баланс	1300	81256	113111	141668	196516	211358
Пасив						
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	20950	20950	20950	63262	63262
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0	42312	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0	0	0
Резервний капітал	1415	209	599	0	0	159
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	7409	-2327	-22595	-19821	653
Неоплачений капітал	1425	0	0	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0	0	0
Усього за розділом I	1495	28568	19222	-1645	43441	64074
II. Довгострокові зобов’язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов’язання	1500	0	0	0	0	510

Пенсійні зобов’язання	1505	0	0	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0	0	0
Інші довгострокові зобов’язання	1515	38008	72942	108581	99247	102445
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0	0	0
резерв довгострокових зобов’язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0	0	0
Усього за розділом II	1595	38008	72942	108581	99247	102955
III. Поточні зобов’язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600	1745	0	12455	28038	0
Векселі видані	1605	0	0	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов’язаннями	1610	0	0	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	10794	17697	18964	22544	39759
за розрахунками з бюджетом	1620	98	146	170	232	350
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	224	307	296	232	360
за розрахунками з оплати праці	1630	570	734	754	952	1465
за одержаними авансами	1635	12	49	0	28	61
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	1136	1484	1568	1567	2148
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0	0	0
Інші поточні зобов’язання	1690	101	530	525	235	186
Усього за розділом III	1695	14680	20947	34732	53828	44329
IV. Зобов’язання, пов’язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0	0	0
Баланс	1900	81256	113111	141668	196516	211358

ДОДАТОК В

Звіт про фінансові результати (сукупний дохід)

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ						
Стаття	**Код рядка**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	154912	203866	264060	332544	397070
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	0	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0	0	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0	0	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова	2013	0	0	0	0	0

сума						
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0	0	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-99991	-122873	-156200	-194325	-224898
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0	0	0
Валовий: прибуток	2090	54921	80993	107860	138219	172172
Валовий: збиток	2095	0	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов’язань	2105	0	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0	0	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0	0	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0	0	0	0
Інші операційні доходи	2120	1427	9186	8185	4589	3263
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0	0	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0	0	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0	0	0	0
Адміністративні витрати	2130	-5915	-7891	-10816	-12703	-17242
Витрати на збут	2150	-36573	-49413	-81186	-99231	-120465
Інші операційні витрати	2180	-1058	-1363	-2102	-2755	-3225
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	0	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	0	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	12802	31512	21941	28119	34503
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0	0	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	14	0	13	333
Інші доходи	2240	11	110	30	219	2301
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	0	0	0
Фінансові витрати	2250	-2214	-40249	-41310	-20662	-9244
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	0	0	0
Інші витрати	2270	-680	-713	-1381	-4447	-5673
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	9919	0	0	3242	22220
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	-9326	-20720	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2128	31	-56	73	1721
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	0	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	7791	0	0	3169	20499

Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	-9295	-20664	0	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД						
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0	0	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0	0	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0	0	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0	0	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0	0	0	0
Податок на прибуток, пов’язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0	0	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0	0	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	7791	-9295	-20664	3169	20499
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ						
Матеріальні затрати	2500	86247	104391	131886	163416	182872
Витрати на оплату праці	2505	17631	20734	22204	28384	35819
Відрахування на соціальні заходи	2510	5141	6051	6048	4913	6171
Амортизація	2515	4378	5377	6626	7302	9883
Інші операційні витрати	2520	30140	42671	77098	93684	111044
Разом	2550	143537	179224	243862	297699	345789
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ						
Середньорічна кількість простих акцій	2600	418996416	418996416	418996416	418996416	1028759201
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	418996416	418996416	418996416	418996416	1028759201
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.02	-0.02	-0.05	0.01	0.02
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.02	-0.02	-0.05	0.01	0.02
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0	0	0	0