

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Експортна стратегія підприємства на ринку продовольчих товарів»
(на матеріалах ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», м. Берегове)

Студентки 2 курсу, 2М групи,
спеціальності 051 «Економіка»
спеціалізації «Міжнародна
економіка»

Білак Владислави
Степанівни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
ст. викладач

Туніцька Юлія
Миколаївна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук,
професор

Кудирко Людмила
Петрівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Білак В.С. «ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ» (за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», м. Берегово). – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 051 «Економіка» спеціалізацією «Міжнародна економіка». – Київський національний торговельно-економічний університет – Київ, 2018

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню теоретичних та практичних аспектів експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку.

У випускній кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні засади формування експортної стратегії підприємства на ринку продовольчих товарів, проведено дослідження процесів формування та розвитку експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» та запропоновано шляхи удосконалення експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку товарів.

Ключові слова: експорт, експортна стратегія, формування експортної стратегії, ефективність експортної стратегії.

АННОТАЦИЯ

Билак В.С. «ЭКСПОРТНАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ" (по материалам ООО «ФРУТ МАСТЕР ФУДС», г. Берегово). - Рукопись.

Выпускная квалификационная работа по специальности 051 «Экономика» специализации «Международная экономика». - Киевский национальный торгово-экономический университет - Киев, 2018

Выпускная квалификационная работа посвящена исследованию теоретических и практических аспектов экспортной стратегии предприятия на продовольственном рынке.

В выпускной квалификационной работе исследованы теоретико-методические основы формирования экспортной стратегии предприятия на рынке продовольственных товаров, проведено исследование процессов формирования и развития экспортной стратегии ООО «ФРУТ МАСТЕР ФУДС» и предложены пути совершенствования экспортной стратегии предприятия на продовольственном рынке товаров.

Ключевые слова: экспорт, экспортная стратегия, формирования экспортной стратегии, эффективность экспортной стратеги.

ANNOTATION

Vladyslava Bilak "EXPORT STRATEGY OF THE ENTERPRISE ON THE FOOD MARKET" (based on the materials of LLC "FRUIT MASTER FOODS", Berehovo city). - The manuscript.

Final project (thesis) majoring on 051 "Economics": "International Economics".
- Kyiv National University of Trade and Economic - Kyiv, 2018

The thesis is concerned with the research of theoretical and practical sides of the export strategy of the enterprise on the food market.

The thesis analyzes theoretical and methodological principles of export strategy development of the enterprise on the food market, examines the process of establishing and developing of the export strategy of LLC "FRUIT MASTER FOODS " and offers ways to improve the export strategy of the enterprise on the food market.

Keywords: export, export strategy, export strategy development, efficiency of export strategy.

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ
РОБОТУ

на тему:

«Експортна стратегія підприємства на ринку продовольчих товарів»
(на матеріалах ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», м. Берегове)

Студентки 2 курсу, 2м групи,
спеціальності 0051 «Економіка»
спеціалізації «Міжнародна економіка»

Білак Владислави Степанівни

Науковий керівник
к.е.н., ст. викладач

Туніцька Юлія Миколаївна

Київ 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Структура та обсяг роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить: 146 сторінок друкованого тексту, включаючи 32 таблиці, 15 рисунків, список використаних джерел з 67 найменувань, 3 додатки.

Актуальність. Актуальність обраної теми полягає в тому, що на сьогодні для будь-якого підприємства, що діє в умовах економічної кризи та проводить зовнішньоекономічну діяльність є проблема виживання та забезпечення безперервного розвитку. Тому, відповідно, на етапі інтеграції відновлення вітчизняної економіки після кризових потрясінь попередніх років особливого значення для українських підприємств набуває формування та реалізація експортної стратегії. Попри те, що науковці та практики наразі не дійшли однозначного висновку щодо сутності даного поняття, численні дискусії, що точаться навколо його тлумачення, методик оцінки та аналізу, обумовлюють значний інтерес до дослідження окресленої проблеми.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку та обґрунтування шляхів підвищення її ефективності.

Для досягнення мети дослідження поставлені й вирішені такі теоретичні та практичні завдання:

- досліджено сутність та особливості експортної стратегії підприємства при виході на ринки продовольчих товарів;
- визначено чинники, що впливають на експортну стратегію підприємства на продовольчих ринках;
- розглянуто методологічні підходи до оцінки ефективності експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку;
- здійснено організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»;
- проведено дослідження чинників формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»;
- оцінено ефективність експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на продовольчому ринку;
- визначено перспективні напрями удосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»;
- обґрунтовано ефективність заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства при виході на продовольчі ринки;
- здійснено розрахунок прогностичних показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» з урахуванням запропонованих заходів.

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є процес формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку.

Предметом випускної кваліфікаційної роботи є механізм формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

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

В першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРОДОВОЛЬЧИХ РИНКАХ»** випускної кваліфікаційної роботи розкрито сутність та особливості експортної стратегії підприємства при виході на ринки продовольчих товарів; розглянуто чинники формування експортної стратегії підприємства на продовольчих ринках; визначено методологічні підходи до оцінки ефективності експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку;

В другому розділі **«ДІАГНОСТИКА ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»»** випускної кваліфікаційної роботи здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»; проведено дослідження чинників формування експортної стратегії даного підприємства на продовольчих ринках; оцінено рівень ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на ринку продовольчих товарів.

В третьому розділі **«ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ»** випускної кваліфікаційної роботи визначено напрями удосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»; обґрунтовано ефективність заходів щодо вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» при виході на продовольчі ринки; здійснено розрахунок прогностичних показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на 2019-2021 рр.

ВИСНОВКИ

Проведене у випускній кваліфікаційній роботі дослідження теоретичних та практичних аспектів експортної стратегії підприємства на ринку продовольчих товарів та обґрунтування шляхів підвищення ефективності дозволило зробити такі висновки та пропозиції:

1. Сутність експортної стратегії полягає у тому, що вона є довгостроковим планом дій, в якому формується мета, завдання та основні напрями реалізації підприємства на зовнішніх ринках з огляду на тенденції та прогнози попиту, дослідження вподобань споживачів іноземних країн та ресурсів, якими володіє підприємство. Особливостями, що відрізняють експортну стратегію підприємства на продовольчих ринках, є необхідність врахування у процесі її формування функцій продовольчої продукції, а також те, що продовольча продукція є значно вразливішою до зовнішнього впливу, що робить значно важчою побудову стратегії експорту. Отже, експортна стратегія підприємства: допомагає визначити основні напрями та шляхи досягнення цілей зміцнення; є способом встановлення взаємодії фірми із зовнішнім середовищем; є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, які є системною характеристикою напрямків розвитку підприємства; дає змогу налагодити ефективну мотивацію, контроль, облік та аналіз, виступаючи як стандарт, котрий визначає успішний розвиток і результати.

2. До чинників формування експортної стратегії підприємства відносять: чинники внутрішнього та зовнішнього середовища. До внутрішніх чинників, що впливають на процес формування експортної стратегії відносять: постачання сировини та матеріалів, фінансові ресурси, виробничі потужності, організація збуту продукції, кадрові ресурси та менеджмент, інформаційна база та маркетинг, система якості продукції. До зовнішніх чинників відносять: податкова політика держави, митне регулювання валютне регулювання та контроль, нетарифне регулювання. При цьому виділяють чинники, які визначають мету здійснення експорту та формування експортної стратегії: розвиток внутрішнього ринку, при якому вигідно вкладати капітали за кордон; активність закордонного конкурента і його успіхи на внутрішньому ринку; подолання залежності від внутрішнього ринку шляхом завоювання іноземних ринків; розв'язання проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку; поліпшення завантаження наявних і додатково створюваних потужностей; підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій; компенсація коливань валютного курсу шляхом організації виробництва і збуту у відповідних країнах; вивільнення висококваліфікованого кадрового персоналу для вирішення більш складних завдань у своїй країні шляхом перенесення за кордон виробництва окремих виробів і комплектуючих до них; стабілізація цінової політики та розширення рамок для її здійснення на внутрішньому і зовнішніх ринках, із застосуванням дегресії якості продукції.

3. Усю систему експортної діяльності підприємства можна розділити на 4 групи: - абсолютні показники: обсяг експорту; обсяг накладних витрат на експорт; середній залишок коштів; перевага покупцями ТМ фірми; обсяг експорту нових

товарів. - відносні показники: індекс динаміки; індекс вартості; індекс фізичного обсягу; індекс ціни; індекс кількості (наприклад, динаміка частки світового, європейського ринків, тощо); коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту за вартістю, фактичним обсягом, ціною;- показники структури: товарна структура експорту; географічна структура; структура накладних витрат. - показники ефективності (ефекту): валютна ефективність експорту; ефективність експорту; рентабельність експорту; економічний ефект експорту; інтегральний економічний ефект;

4. Розглянувши наявні методи оцінки експортної стратегії підприємства, можемо констатувати, що оцінка ефективності експортної діяльності підприємства (експортної стратегії) зводиться до аналізу двох взаємопов'язаних процесів: вкладення фінансових коштів у операцію, тобто витрати; отримання доходів від операції. А тому, для оцінки ефективності експортної діяльності підприємства (відповідно і експортної стратегії) можна використати такі показники: ефективність експорту, рентабельність експорту, економічний ефект експорту та економічна ефективність експорту. Також, для оцінки ефективності експортної діяльності пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства

5. Продовольче ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» являє собою вертикально-інтегрований комплекс, який входить до групи компаній «Fruit Master Group», та спеціалізується на виробництві соків та нектарів. Здійснені розрахунки свідчать, що протягом досліджуваного періоду відбулося погіршення майнового стану, зокрема підвищення рівня залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Негативним є також зниження обсягів виробництва, яке супроводжується зростанням операційних витрат. Чистий прибуток, у свою чергу, починаючи з 2014 року є мінусовим і з кожним роком збитки лише зростають. Тенденцію до зниження мають і показники рентабельності та платоспроможності, це дозволяє стверджувати, підприємство є фінансово залежним, а продуктивність ресурсів підприємства заходиться на низькому рівні. Окрім цього відмітимо, що в операційної та чистої рентабельності реалізованої продукції спостерігається, взагалі, від'ємне значення за останні чотири роки, що є вкрай негативним явищем. Безумовно, негативною тенденцією є спад загальної рентабельності підприємства з 22,07 % у 2013 р. до 6,76 % у 2017 р. У комплексі такі тенденції за умови їх збереження призводять до суттєвого погіршення фінансових результатів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», а згодом і до банкрутства.

6. ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» здійснює господарську діяльність, спираючись на передовий досвід вітчизняних та зарубіжних підприємств, що обумовлює позитивний вплив усіх факторів (крім фінансових ресурсів) внутрішнього середовища на формування експортної стратегії. Використовуючи переваги входження до складу груп компаній «Fruit Master Group», дане підприємство завжди має можливість повною мірою завантажувати виробничі потужності якісною сировиною та здійснювати експортні операції як самостійно, так і через збутовий відділ груп компаній «Fruit Master Group».

7. Вплив зовнішнього середовища на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є неоднозначним. З одного боку, сприятлива для експортерів динаміка валютного курсу дозволяє ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» збільшувати обсяги грошових надходжень від експорту. З іншого боку, складна макроекономічна ситуація в країні обумовлює зростання витрат підприємства, що відображається на собівартості виробництва соку, і, відповідно, призводить до втрати готовою продукцією цінових конкурентних переваг при експорті, що сприяло відсутності прибутку підприємства, як засвідчили результати аналізу фінансової звітності. Наявність значної конкуренції на вітчизняному ринку також стимулює ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» до реалізації експортної діяльності, оскільки внутрішній попит є обмеженим і лише за умови виходу на зовнішні

ринки досліджуване підприємство має можливості для розвитку.

8. Запаси продукції на складі підприємства є досить значними, що вказує про можливість негайного постачання продукції за замовленням з-за кордону. Окрім цього виробничі потужності підприємства дозволяють йому виробляти значні обсяги сокової продукції, достатні для подвоєння обсягів експортних поставок. Для покращення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» необхідно активізувати збутову політику, акцентуючи увагу на нових ринках, розширювати асортимент експортної продукції, поступово оновлювати виробничі потужності, зокрема впроваджувати енергозберігаючі технології.

9. До напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» належить розширення асортименту експортної продукції за рахунок плодово-овочевої консервації та узвару; активізація маркетингових заходів, зокрема, участь у міжнародних виставках, збільшення кількості та покращення якості наповнення інформаційних матеріалів підприємства, використання семплінгу та надання знижок новим та постійним клієнтам; впровадження енергозберігаючих технологій з метою зниження рівня собівартості експортної продукції; започаткування практики формування кадрового резерву, метою якого є оптимізація витрат часу та фінансових ресурсів на пошук, підбір та адаптацію персоналу. Відповідно виконання всіх цих рекомендацій призведе до вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС».

10. Серед розглянутих нами напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», пріоритетним вважаємо розширення асортименту продукції за рахунок включення до номенклатури експортних товарів узвару ТМ "Берегівський консервний завод" та плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я». Заходи щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» стосуються усіх сфер діяльності підприємства та вимагатимуть узгодженої роботи усіх підрозділів підприємства. Окрім цього, для реалізації окремих заходів керівництву досліджуваного підприємства необхідно буде проявити ініціативу у стосунках з топ-менеджментом «Fruit Master Group», оскільки надані нами рекомендації вимагають підвищення рівня автономії підприємства у прийнятті стратегічних рішень у сфері експорту.

11. Прогнозування показників експортної діяльності було здійснено у кілька етапів. У першу чергу було розраховано, якими будуть обсяги експорту та рівень його ефективності за збереження тенденцій попередніх років. Це дозволило виявити, наскільки необхідною для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є підвищення ефективності експортної стратегії, і наскільки високими є ризики для підприємства. Було розраховано показники ефективності експорту за умови зростання витрат на збут, яке не призведе до збільшення обсягів експорту тих товарів, які наразі є в асортименті підприємства (при цьому були враховані нові для підприємства товари) – песимістичний сценарій. Окрім цього, було розраховано показники ефективності експорту за умови пропорційного зростання доходів від експорту при реалізації наданих пропозицій – оптимістичний

сценарій.

12. Здійснені розрахунки свідчать, що навіть за помірною прогнозу у 2020 рр. спостерігатиметься позитивна тенденція ефективності експорту, проте за помірною прогнозу у 2018-2019 рр. експорт не є ефективним, а це говорить про те, що для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» найбільш сприятливим є оптимістичний прогноз. Саме подолання негативного тренду до зниження коефіцієнта ефективності можна вважати ключовим аргументом на користь імплементації наданих рекомендацій. Так, за рахунок виконання наданих рекомендацій дане підприємство матиме прибуток вже в 2019 році, а у 2021 р. він становитиме 72443,3 тис. грн. У свою чергу ефективність експортної діяльності зросте із 1.11 у 2017 році до 1.13 у 2021 році.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ | 5 |
| 1.1 Сутність та особливості експортної стратегії підприємства при виході на ринок продовольчих товарів..... | 5 |
| 1.2. Чинники формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку..... | 19 |
| 1.3. Методологічні підходи до оцінки ефективності експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку..... | 28 |
| Висновки дорозділу 1..... | 36 |
| РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» | 37 |
| 2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ«ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»..... | 37 |
| 2.2. Дослідження чинників формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку..... | 58 |
| 2.3 Оцінка ефективності експортної стратегії ТОВ«ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на ринку продовольчих товарів..... | 74 |
| Висновки до розділу 2..... | 82 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ | 83 |
| 3.1 Визначення перспективних напрямів удосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»..... | 83 |
| 3.2 Обґрунтування ефективності заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства на продовольчому ринку..... | 91 |
| 3.3 Розрахунок прогнозних показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів.... | 102 |
| Висновки до розділу 3..... | 113 |
| ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ | 114 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 119 |
| ДОДАТКИ | 126 |

ВСТУП

Актуальність обраної теми полягає в тому, що на сьогодні для будь-якого підприємства, що діє в умовах економічної кризи та проводить зовнішньоекономічну діяльність є проблема виживання та забезпечення безперервного розвитку. Тому, відповідно, на етапі інтеграції відновлення вітчизняної економіки після кризових потрясінь попередніх років особливого значення для українських підприємств набуває формування та реалізація експортної стратегії. Попри те, що науковці та практики наразі не дійшли однозначного висновку щодо сутності даного поняття, численні дискусії, що точаться навколо його тлумачення, методик оцінки та аналізу, обумовлюють значний інтерес до дослідження окресленої проблеми.

Теоретичні засади формування експортної стратегії досліджувалися у роботах таких науковців як Дахно І.І., Барановська В.М., Олін Б., Рокоч В.В., Шевельова Д.В., Мельник Т.М., Циганкова В.Р., Яковець Ю.В та інші. Проте особливості формування експортної стратегії підприємств на продовольчому ринку в науковій літературі висвітлені недостатньо, що і обумовило звернення до названої теми.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку та обґрунтування шляхів підвищення її ефективності.

Для досягнення мети дослідження у роботі було поставлено та вирішено такі завдання:

- досліджено сутність та особливості експортної стратегії підприємства при виході на ринки продовольчих товарів;
- визначено чинники, що впливають на експортну стратегію підприємства на продовольчих ринках;
- розглянуто методологічні підходи до оцінки ефективності експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку;

- здійснено організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»;
- проведено дослідження чинників формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»;
- оцінено ефективність експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на продовольчому ринку;
- визначено перспективні напрями удосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»;
- обґрунтовано ефективність заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства при виході на продовольчі ринки;
- здійснено розрахунок прогнозних показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» з урахуванням запропонованих заходів.

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є процес формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку.

Предметом випускної кваліфікаційної роботи є механізм формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку.

У процесі написання випускної кваліфікаційної роботи було використано низку загальнонаукових методів, зокрема аналіз та синтез, порівняння, формалізація.

При написанні другого та третього розділу було використано індексний метод та метод екстраполяції. При розрахунку показників фінансового стану використовували інструменти фінансового аналізу.

Інформаційною базою у процесі написання роботи стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, статистичні дані, а також інформація, отримана на підприємстві.

Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить: 147 сторінок друкованого тексту, включаючи 32 таблиць, 15 рисунків, список використаних джерел з 67 найменувань, 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ

ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

1.1. Сутність та особливості експортної стратегії підприємства при виході на ринок продовольчих товарів

На українських підприємствах досі не сформовано традиції стратегічного планування експортної діяльності, причиною цього є наявність потреби у глибокій перебудові господарської культури. Однак, тепер дослідженню експортної стратегії приділяють досить велику увагу, а тому не можливо надати одного визначення її сутності.

Наприклад, на думку Б. Оліна експортна стратегія - основоположна програма дій, у якій визначаються пріоритетні напрями діяльності підприємства на зовнішньому ринку з врахуванням наявних у нього ресурсів та вимог закордонного ринку [1, с 76].

Визначення експортної стратегії як детальний всебічний комплексний план експортної діяльності країни чи фірми, призначений забезпечити конкурентоспроможність її продукції на міжнародних ринках і досягнення визначених стратегічних цілей знаходимо у роботі Дахно І.І. та Барановської В. М. [2].

Так, на думку Рокоча В.В. експортна стратегія — довгостроковий курс експортної діяльності, що містить комплекс завдань з розвитку власне комерційної, а також інвестиційної, науково-технічної, виробничої та сервісної діяльності з закордонними партнерами та систему заходів, направлених на вирішення поставлених завдань [3, с.37].

У роботі Шевельової Д.В. стратегію експорту підприємства визначено як комплекс дій, спрямований на поглиблення та розширення експортної діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу поряд з додержанням загальнодержавних інтересів [4, с.43].

Аналізуючи вищезазначені визначення сутності стратегії експорту, можна сказати, що вона є довгостроковим планом дій, в якому формується мета, завдання та основні напрями реалізації підприємства на зовнішніх ринках з огляду на тенденції та прогнози попиту, дослідження вподобань споживачів іноземних країн та ресурсів, якими володіє підприємство. Мета розроблення та впровадження стратегії функціонування на міжнародному ринку є подібною до основної мети роботи фірми – збільшення обсягів продажу для виконання потреб споживачів та отримання більшого прибутку в довготривалій перспективі, проте місцем реалізації є зарубіжні ринки [10].

Складний процес визначення сутності експортної стратегії спричинений відсутністю загальних приписів щодо її змісту, через те що він в основному залежить від розмірів та напрямів діяльності компанії, що її реалізує. Однак, зміни у навколишньому середовищі, помітна міжнародна конкуренція та спрямованість на міжнародні ринки підвищують потребу у стратегічному управлінні зовнішньоекономічною діяльністю фірми.

Основною причиною участі фірми в експортній діяльності є прагнення до збільшення прибутків від продажу. Експортний продаж може бути також засобом пом'якшення проблеми надлишкових потужностей на внутрішньому ринку. Деякі фірми віддають перевагу експортуванню продукції в інші країни, а не вкладанню коштів у створення там виробничих потужностей через високий рівень ризику, пов'язаного з прямими інвестиціями [11]. Проте, є фірми, що розглядають експортні поставки на численні ринки як стратегію диверсифікації збуту.

Почавши експортну діяльність, фірми стикаються з несподіваними труднощами. Тож, до початку її розробки фірмі варто зрозуміти деякі основні проблеми, пов'язані з експортом.

Крім труднощів, характерних для міжнародного бізнесу взагалі, а не лише для експортної діяльності, наприклад, проблем мови і культурних розбіжностей, новачки в експорті часто стикаються із завданнями, при виконанні яких виникають помилки, перелічені нижче [12, с. 152-153]:

- нездатність залучити кваліфікованих експертів з експорту і розробити

основний план міжнародного маркетингу до початку експортної діяльності;

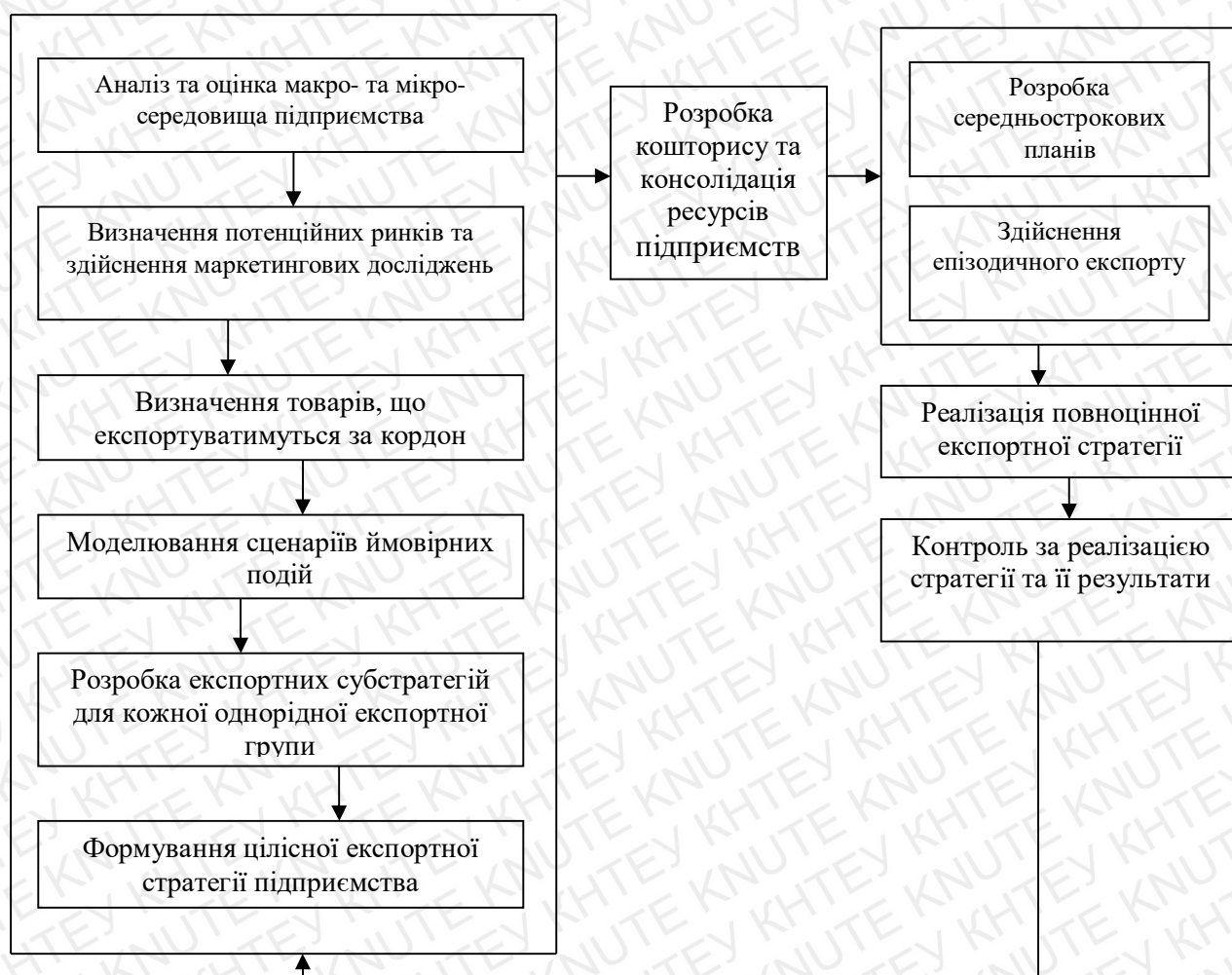
- недостатня готовність вищої ланки керівництва до подолання початкових труднощів і коригування потреби у фінансових коштах для експортної діяльності;
- недостатня старанність у виборі закордонних агентів і оптовиків;
- погоня за замовленнями з будь-якої країни світу, а не створення бази для розгортання прибуткових операцій і упорядкованого зростання;
- нехтування експортною діяльністю в періоди ринкових бумів;
- неспроможність вести справи з іноземними оптовиками на тих самих засадах, що і з їхніми конкурентами на внутрішньому ринку;
- небажання модифікувати продукцію відповідно до державного регулювання чи культурних переваг в інших країнах;
- нездатність видавати службову, комерційну і гарантійну документацію на мовах, зрозумілих торговим партнерам фірми за кордоном;
- нездатність залучити компанію, що спеціалізується на управлінні експортною діяльністю, чи іншого посередника у сфері маркетингу, коли фірма не має у своєму розпорядженні людей, які вміють виконувати спеціалізовані експортні функції;
- нездатність активно використовувати ліцензійні угоди або угоди про створення спільних підприємств. Цей момент має особливе значення в країнах, що обмежують імпорт.

Ще одна проблема, з якою стикаються експортери, пов'язана із змінністю політики тих країн, куди йде експорт.

А тому, розгляд особливостей виникнення та використання експортної стратегії підприємств на продовольчому ринку є досить важливим, через такі причини як: по-перше, ринок продовольчих товарів займає нині досить вагоме місце в зовнішньоекономічній діяльності України; по-друге, продовольчий ринок є значно вразливішим до зовнішнього впливу, що робить значно важчою побудову стратегії експорту; по-третє, розмаїття галузей, з яких складається продовольчий ринок, дає можливість стверджувати про різноманітність та наявність декількох варіантів стратегій експорту навіть у межах ринку - через те,

що ринок продовольчих товарів містить в собі декілька галузей економіки, які займаються виробництвом та переробленням сировини та отримання з неї готових продовольчих товарів, можна говорити про потребу формування як мінімум двох варіантів стратегій функціонування на міжнародному ринку: стратегії для підприємств продовольчого ринку та для заводів по переробленню сировини для виробництва продовольчих товарів.

Зазвичай, система розробки стратегії експорту фірмами на продовольчих ринках передбачає собою декілька стадій: підготовча, стадія консолідації ресурсів, початкова стадія, стадії регулярного експорту та корегування (рис.1.1.).



Зворотний зв'язок, адаптація та корегування стратегії

Рис. 1.1. Механізм формування та реалізації експортної стратегії багатoproфільного підприємства продовольчого ринку

Джерело: [13]

Підготовча стадія передбачає функціонування підприємства на національному ринку без здійснення експортної діяльності, але за умови оцінювання експорту компанії. Підготовчий період коливається від одного до трьох років та залежить від розмірів підприємства, властивостей товару та параметрів ринку, на який компанія планує виходити. На цій стадії повинен здійснюватися розрахунок параметрів галузі. За допомогою експортного методу має бути оцінене місце галузі у вітчизняному господарстві потенційного імпортера, величина та динаміка ринку, етап життєвого циклу, на якому перебуває ринок, обсяг конкурентів і їх питома вага, величина конкуренції, число покупців (клієнтів) і їх купівельна спроможність, інноваційний та технологічні рівні галузі, наявність бар'єрів, у тому числі невидимих, можливості виходу з ринку, рівень диференціації продукції конкурентів, рівень інновацій та рівень прибутковості галузі.

Стадія консолідації ресурсів передбачає пошук підприємством потрібних коштів для реалізації стратегії експорту. Ця стадія є важливою для фірм, на яких відбувається прямий експорт готової продукції, частіше всього продовольчих товарів. Успішна реалізація на зовнішньому ринку у цьому випадку залежить від комплексу маркетингу.

Початкова стадія полягає у зберіганні фірмою орієнтації на вітчизняний ринок за невеликого обсягу експортного постачання (до 10% усього обсягу реалізації). Слід зазначити, що на початковій стадії і більша частина операцій відбувається за допомогою непрямого експорту, тобто через посередника, що перебуває у країні базування підприємства.

Стадія регулярного експорту являє собою розширення підприємством обсягів експорту. На даній стадії експортні операції зазвичай відбуваються за допомогою появи власної збутової мережі, торговельних представництв. У випадку продовольчих ринків експортна стратегія передбачає наявність спільних підприємств, у яких функції будуть розділені за географічним принципом: вирощування сировини здійснюватиметься в Україні, а її переробка — у країні контрагенті.

Стадія корегування зазвичай є підготовчою стадією при виході на новий ринок, через те, що являє собою не лише зміни теперішньої стратегії до умов певного ринку, а і її пристосування до оцінених параметрів іншого [13].

Отже, формування експортної стратегії підприємства на продовольчих ринках, як правило, складається з наступних етапів [14]:

- початковий - здійснення аналізу зовнішнього середовища, прогнозування майбутнього розвитку підприємства, виявлення можливостей і загроз, сильних і слабких сторін, оцінювання конкурентоспроможності і прогнозування її зміни;

- на другому етапі або паралельно (на новоствореному підприємстві - на першому) визначають місію, мету і цілі експортної діяльності підприємства;

- на третьому етапі здійснюють стратегічний аналіз, який полягає в порівнянні мети і цілей з результатами аналізу середовища, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій - варіантів стратегічного розвитку;

- на четвертому етапі моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) і досліджується вплив кожного. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії зовнішньоекономічної діяльності;

- на п'ятому етапі здійснюється вибір найбільш прийнятної експортної стратегії з альтернативних;

- на шостому - готується кінцевий варіант стратегічного плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства на продовольчих ринках;

- на сьомому етапі на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани;

- на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес формування експортної стратегії підприємства завершується.

Виходячи з підходів маркетингу, існує два типи ринків: B2B (бізнес для бізнесу) та B2C (бізнес для споживача). Вітчизняні підприємства протягом тривалого періоду здійснювали експорту діяльність на ринках B2B

(сільськогосподарські, металургійні, добувні, хімічні, лісозаготівельні, текстильні, машинобудівні підприємства). Підприємства харчової, легкої, деревообробної промисловості у вигляді готових харчових продуктів, текстильних матеріалів та текстильних виробів, взуття, головних уборів, меблів орієнтовані на реалізацію стратегій експорту на ринках В2С [15].

Алгоритм формування експортної стратегії на продовольчому ринку здійснюється в наступному порядку:

- 1) розробка загальної стратегії діяльності підприємства;
- 2) узгодження стратегій діяльності підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- 3) розробка приватних експортних стратегій з регіональних ринків.

У теорії стратегічного управління виокремлюють три типи загальних стратегій: зростання, стабілізації та виживання.

Стратегія зростання передбачає підвищення обсягів реалізації продукції підприємства завдяки використанню переваг зовнішнього ринку та внутрішніх можливостей підприємства. Основними функціональними стратегіями, які успішно реалізують стратегію зростання, є стратегія експорту та інноваційна стратегія.

Стратегія стабілізації спрямована на підтримання обсягів реалізації та прибутку з наступним їх зростанням. Характерна для періодів зниження ділової активності в економіці, а також зумовлена відповідним життєвим циклом підприємства. Ознаками переходу до реалізації стадії стабілізації є погіршення динаміки економічних показників діяльності підприємства. В основі реалізації стратегії стабілізації лежить сукупність заходів оборонно-наступального характеру.

Стратегію виживання або оборонну стратегію застосовують, коли підприємство перебуває у кризовому стані. Застосовується у разі повного розбалансування економічної діяльності підприємства, що характеризується критичним погіршенням показників економічної динаміки. Ця стратегія базується на короткострокових заходах, спрямованих на відновлення діяльності

підприємства і переведення його в стан стабілізації.

Кожна із загальних стратегій реалізується через систему функціональних стратегій, які логічно та структурно повинні бути підпорядковані та реалізувати мету загальної стратегії (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Співвідношення загальних та експортних стратегій підприємства

| Загальна стратегія | Експортна стратегія | |
|--------------------|---|--|
| | B2B | B2C |
| Зростання | Експансія на нові ринки Поглинання конкурентів Придбання зарубіжних підприємств | Товарна диверсифікація експорту |
| Стабілізації | Стратегія кооперації Стратегія диференціації | Формування дистрибуції на кожному з ринків |
| Виживання | Стратегія сегментації ринків | Товарна оптимізація |

Джерело: [15]

Крім загальної експортної стратегії необхідно виділяти приватні стратегії, що розробляються для конкретних сегментів зарубіжних ринків, конкретних видів продукції і виробничих підрозділів підприємства, здійснюють випуск експортного асортименту. В даний час найбільш ефективними видами приватних експортних стратегій, є наступні [10, 13 с.]:

- Експансія на нові ринки направлена на пошук нових ринків або хоча б нових сегментів для вже добре освоєних товарів. Прибуток тут забезпечується за рахунок розширення ринку збуту як в межах регіону, так і поза ним;

- Поглинання конкурентів - це об'єднання, при якому більш велика компанія набуває і інтегрує в свою структуру бізнес меншою компанії. Здійснення поглинань робить позитивний вплив на конкурентне становище і можливості компаній, що поєднуються, оскільки сприяє: освоєнню нових географічних регіонів; зміцненню фінансового становища; розвитку технологічної переваги; розширенню асортименту вироблених товарів і послуг (у тому числі за рахунок створення нових); розширенню виробничих потужностей та асортименту

вироблених товарів і послуг (у тому числі за рахунок створення нових);

- Придбання зарубіжних підприємств ґрунтується на скуповуванні підприємством інших підприємств (майнових комплексів) через придбання контрольних пакетів акцій та іншими шляхами.

- Стратегія сегментації ґрунтується на визначенні цільових сегментів зарубіжних ринків, що характеризуються наявністю можливостей для реалізації продукції, виробленої підприємством;

- Стратегія диверсифікації полягає у включенні в експортну програму підприємства номенклатури і асортименту продукції, спрямованої на задоволення потреб різних сегментів зарубіжних ринків.

- Стратегія інтернаціоналізації - освоєння зарубіжних ринків не тільки за допомогою експорту продукції, але і за рахунок створення виробничих потужностей за кордоном, що дозволяє, зокрема, зменшувати транспортну складову у вартості продукції при подальшому її збуті на ринку і обходити наявні в країні торговельні бар'єри і обмеження на імпорт.

- Стратегія кооперації є тісна співпраця з іноземними партнерами шляхом створення спільних підприємств, спільної торговельної марки, що дозволяє використовувати переваги, пов'язані зі знанням іноземним партнером особливостей ринку і можливістю використання виробничих площ і трудових ресурсів партнера.

- Стратегія формування дистрибуції на кожному з ринків пов'язана з розробкою каналу розподілу (збуту) і формуванням в ній системи управління товарними запасами. Вибір стратегії дистрибуції залежить від ряду факторів, серед яких виділяють властивості і характеристики продукції, наявність складів, кількість клієнтів, рівень платоспроможності споживачів тощо.

- Товарна оптимізація - це безперервний процес реалізації товарної політики. Оптимальний асортимент звичайно містить товари, які знаходяться різних стадіях життєвого циклу товару: стратегічні товари, найбільш прибуткові, підтримуючі тактичні, заплановані до зняття з виробництва і товари що розробляються;

- Інноваційна стратегія являє собою вихід на зарубіжний ринок з новими товарами, що відрізняються унікальними характеристиками і мають конкурентні переваги перед товарами-конкурентами. Популярність торгової марки дозволяє більш успішно пропонувати нові товари споживачам, знайомим з іншими товарами підприємства.

Експортна бізнес-стратегія може приймати одну з трьох форм: диференціювання, лідерство у витратах або фокусування.

Стратегія диференціювання вимагає розробки продуктової політики на зовнішньому ринку, цінової політики, політики просування і дистрибуції, які б суттєво відрізняли товари або послуги даної фірми від товарів або послуг конкурентів. Основою цієї відмінності можуть бути висока якість, модність, надійність або інші явні характеристики. Як приклад можна згадати автомобілі Mercedes, ручки Parker або швейцарський годинник Omega. Якщо підприємство (фірма) має можливість довести переваги свого товару покупцям, то воно (вона) отримує можливість встановити підвищену ціну або захистити себе від цінової конкуренції з боку менш якісних марок. Наприклад, компанія «Mercedes-Benz» не знижує ціни на люксові авто вартістю 50-100 тис. дол. США, тоді як українське підприємство «АвтоЗАЗ» знижує ціни на «Таврії» або «Славути», ціна яких становить близько 5 тис. дол. США.

Стратегія лідерства у витратах може бути досягнута при систематичних зменшенні витрат на виробництво і збут продукції або встановлення меншої норми прибутку. Просування товару фірми, яка дотримується такої стратегії, відбувається завдяки рекламуванню низької ціни або, наприклад, шляхом реалізації через економічні канали збуту (інтернет-магазини або великі складські приміщення, розташовані за містом, і т.п.). Такої стратегії дотримується фірма «BIG» зі своїми дешевими ручками або «АвтоЗАЗ» зі своїми недорогими авто.

Стратегія фокусування передбачає зосередження зусиль на визначених сегментах споживчого ринку або на окремих областях або регіонах географічного ринку. Наприклад, швейцарська компанія «Ste. Suisse Microelectronique et d'Horlogerie SA (SMH)», що випускає популярні годинник Swatch, зосереджує

увагу на продажі цієї недорогої лінії годинників молодим людям, що стежать за модою, в Європі, Північній Америці і Азії.

Існує кілька стратегій проникнення фірми на зарубіжні ринки, основними з яких є:

- стратегія прямого експорту;
- стратегія непрямого експорту.

Стратегія прямого експорту передбачає створення експортного відділу для роботи на зовнішніх ринках, або використання власних торгових представників для пошуку зарубіжних клієнтів, або використання торгових посередників-представників, або створення іноземних відділів продажів або дочірніх компаній.

Стратегія непрямого експорту передбачає дії за кордоном через іншу фірму, тобто через незалежного посередника. Розробляючи стратегію, доцільно проводити аналіз цілей експорту з урахуванням сформованих факторів експорту). Аналогічний аналіз цілей експорту можна провести на будь-якому підприємстві. На основі цього аналізу можна сформулювати його експортну стратегію.

Кількість обслуговуваних закордонних ринків, а також можлива послідовність їх обслуговування є підставою відзнаки стратегії увігнутої (так звана стратегія "водопаду", "каскаду") або випуклої (що визначається як стратегія поливної "машини"), а також стратегії, що є комбінацією вищезгаданих рішень (рисунок) [16].

Стратегія "водопаду" ("каскаду") полягає в поступовому входженні на чергові закордонні ринки. Окремі ринки трактуються у відмінний спосіб від інших, часто індивідуалізований, такий, що вимагає відповідної підготовки для обслуговування. Входження на чергові ринки може бути старанно підготовлене, але, з іншого боку, такий підхід займає порівняно багато часу і вимагає залучення великих капіталовкладень.

Стратегія "поливної машини" означає зовсім інший спосіб входження на закордонні ринки. Вона полягає в одночасному започаткуванні діяльності на багатьох закордонних ринках. Основною перевагою такої дії є скорочення часу входження на ринки більшої кількості країн і релятивне зменшення коштів

експансії. Необхідно все ж таки мати на увазі, що стратегія пред'являє високі вимоги до підготовки і організації входження та обслуговування закордонних ринків.

Стратегія змішана (комбінована) є поєднанням вищезгаданих способів входження на закордонні ринки. На її першому етапі підприємство може увійти на ринки небагатьох країн (у крайньому випадку може бути одна країна) з метою відповідного здобуття досвіду, а також зміцнення та дисконтування своєї позиції з рідного ринку. З часом присутність на закордонних ринках, що трактуються як своєрідні фронти експансії, стає передумовою розвитку діяльності з використанням показаних вище стратегій "водопаду" або "поливної машини" [16].

Ступінь привабливості закордонних ринків, який впливає на потенціал розвитку підприємства, а також конкурентні переваги підприємства, що вирішують позицію на цьому ринку, є критеріями класифікації, які дають змогу зробити вибір між чотирма принциповими способами поведінки: зростанням, консолідацією, утворенням ринкової позиції і відступленням.

Відповідно, до умов, від яких залежить дієвість експортної стратегії, відносять [24]:

- наявність можливості експортерів брати участь у торгівлі відповідно до світових цін, адже, перешкоди та високі тарифи, навпаки, перешкоджають стимулюванню експорту
- достатньо виважений розвиток експортних секторів за умови позитивного впливу на інші сектори промисловості, які спрямовані на вітчизняний ринок;
- застосування коштів отриманих із приватних джерел фінансування разом із коштами бюджету;
- забезпечення підходящого середовища для надходження інвестицій
- пристосованість політики заохочування експорту.

Український ринок продовольчих товарів, останніми роками, став досить розвинений, а тому, якщо вдало використовувати даний потенціал, то його можна перетворити у досить ефективну сферу економіки. Сьогодні вагому частину вітчизняних підприємств складають невеликі господарства, що зазвичай не здатні

без іншої допомоги експортувати свої товари. А тому, вивчаючи особливості експортної стратегії фірми продовольчого ринку, потрібно перш за все передбачити, як саме буде здійснюватися експортна діяльність: прямим чи непрямим шляхом.

При непрямій експортній діяльності, за якої здійснюють торгівлю малі фірми та сільські господарства, які поставляють сировину, формування експортної стратегії зазвичай призводить для виробництва продовольчих товарів, зазвичай призводить до обрання трейдера, а тому обертаються практично в операційну стратегію організації.

В результаті прямої експортної діяльності, яку проводять зазвичай великі продовольчі компанії та кластери підприємств, тобто сукупність географічно взаємопов'язаних між собою організацій, які функціонують у даній сфері та вирізняються однаковою сферою діяльності та ті, які доповнюють один одного, експортна стратегія являє собою сукупність заходів, створену з урахуванням стійких та не стійких сторін організації, особливостей товару, специфіки міжнародного ринку та умов і правил, розроблених вітчизняним господарством та членством у СОТ.

Формування стратегії експорту для фірм на продовольчих ринках стає складнішим через потребу враховувати властивості економічної ситуації на світових ринках, а вона залежить від дії природних факторів – пори року, клімату, вірогідності руйнівного лиха та, у свою чергу, від змін у попиті, спричинених альтернативним використанням продовольчих товарів, таких як: цукор, рослинні олії, злакові культури та масляні культури.

Створення експортної стратегії фірми ринку продовольчих товарів ускладнюються через місце цієї сфери під час вирішення проблемних питань продовольчого ринку. Винятковістю стратегічного планування є необхідність співпраці з поправкою на безліч угод, підписаних під захистом СОТ. Ринок продовольчої продукції, в основному через його особливе місце у політико-економічному розвитку держав, перебуває під великим впливом наднаціональних організацій. Виняткове місце галузі у становленні продовольчої безпеки

забезпечує здійснення значною кількістю держав нетарифного регулювання продовольчих ринків, а саме - надання виробникам державної допомоги, збільшення держзакупівель, примноження соціальних програм із постачання продовольчою продукцією населення. Існування непомітних перешкод відчутно ускладнює роботу приватних фірм на ринку продовольчих товарів, призводить до зменшення доходів виробників та робить важкою процедуру вибору стратегії експорту.

Отже, експортна стратегія підприємства [25, с. 55-56]:

- допомагає визначити основні напрямки та шляхи досягнення цілей зміцнення, зростання та забезпечення виживання організації в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах;
- є способом встановлення взаємодії фірми із зовнішнім середовищем;
- формується на основі дуже узагальненої, неповної та недостатньо точної інформації;
- постійно уточнюється в процесі діяльності, чому має сприяти добре налагоджений зворотний зв'язок;
- є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, які є системною характеристикою напрямків розвитку підприємства;
- дає змогу налагодити ефективну мотивацію, контроль, облік та аналіз, виступаючи як стандарт, котрий визначає успішний розвиток і результати.

Проте, слід пам'ятати, що навіть найвдаліша експортна стратегія не може гарантувати [25, с. 55-56]:

- негайного результату;
- 100 % передбачення майбутнього, котре б забезпечувало у поточному періоді прийняття «винятково правильних рішень»;
- не гарантує продажу товарів у запланованих обсягах;
- не забезпечує 100% виконання всіх стратегічних настанов;
- обов'язкового виживання підприємства в довгостроковій перспективі (відсутність стратегії зменшує ймовірність виживання підприємства взагалі).

1.2. Чинники формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку

Експортна стратегія виходу підприємства на продовольчі ринки може бути реалізована лише за умови аналізу зовнішнього середовища та внутрішнього потенціалу.

Вітчизняні автори виділяють досить широкий спектр цілей експортної діяльності фірми. При цьому виділяють наступні чинники, які визначають мету здійснення експорту та формування експортної стратегії [26, с.81]:

- розвиток внутрішнього ринку (насичення товарами, посилення тиску конкурентів, дії уряду), при якому вигідно вкладати капітали за кордон;
- активність закордонного конкурента і його успіхи на внутрішньому ринку;
- подолання залежності від внутрішнього ринку і "розсіювання" ризику шляхом завоювання іноземних ринків;
- розв'язання проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку;
- поліпшення завантаження наявних і додатково створюваних потужностей;
- зниження основних статей витрат шляхом використання різних форм виробництва продукції за кордоном;
- використання державних програм сприяння експорту;
- підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій;
- компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах;
- забезпечення довгострокового успішного збуту і відповідно економічного зростання;
- зниження загального ризику шляхом віднесення його на більший обсяг продукції в штуках, частина з яких проводиться на своїх зарубіжних філіалах;
- вивільнення висококваліфікованого кадрового персоналу для вирішення

більш складних завдань у своїй країні шляхом перенесення за кордон виробництва окремих виробів і комплектуючих до них;

– стабілізація цінової політики та розширення рамок для її здійснення на внутрішньому і зовнішніх ринках, із застосуванням дегресії якості продукції.

На сьогодні, існує досить великий перелік класифікацій складових зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на формування експортної стратегії продовольчого підприємства. Так, фахівці в галузі стратегічного управління виділяють фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. Зокрема, А. Томпсон і А. Стрікланд звертають увагу на наступні ключові фактори, що впливають на вибір стратегії компанії: зовнішні (соціальні, політичні, громадські норми, привабливість галузі та рівень конкуренції, можливості компанії та загрози) та внутрішні (особисті цілі, філософія бізнесу, етичні принципи керівників, можливості компанії та загрози, сила та слабкість компанії, конкурентні можливості [27-28].

Відомий вчений Дж. Белл доводить, що «зовнішнє середовище організації містить такі елементи, як споживачі, конкуренти, урядові установи, постачальники, фінансові організації та джерела трудових ресурсів, релевантні (значущі) відносно до операцій організації» [29].

Також заслуговує уваги концепція А. Роу, згідно з якою макросередовище складається з шести основних факторів, які класифікують за такими групами [30]:

- 1) економічні – пов'язані з обігом грошей, товарів, інформації та енергії;
- 2) політичні – впливають на політичні погляди та поділяють людей на окремі політичні групи і знаходять вираження в діяльності та прийнятті рішень місцевими органами влади й уряду.
- 3) соціально-демографічні – впливають на рівень і тривалість життя людей, формують їхню ціннісну орієнтацію;
- 4) технологічні – пов'язані з розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій, ноу-хау;
- 5) конкуренція – фактори, які відбивають майбутні та поточні дії конкурентів, зміни в частках ринків, концентрації конкурентів;

б) географічні – пов'язані з розміщенням, топографією місцевості, кліматом і натуральними ресурсами (зокрема, корисними копалинами).

У сучасній літературі в галузі стратегічного менеджменту виділяють декілька підходів до проведення управлінського аналізу підприємства. Найбільш вживаними є підходи МакКінсі, М. Портера, К. Омає. Проте, дані підходи не повною мірою зважають на специфіку українських підприємств, більшість з яких знаходиться в складному фінансовому положенні. Тому, при аналізі внутрішніх факторів підприємства доцільно розглянути підходи російських та українських учених, які проводять аналіз внутрішнього середовища комплексно з урахуванням динамічного зовнішнього оточення.

Отже, на думку О. Віханського, внутрішнє середовище підприємства складається з наступних факторів: імідж підприємства, наявність чітко визначених цілей та стратегій; рівень самостійності підприємства (форма власності); конкурентоспроможність, можливість конкурувати з вітчизняними та зарубіжними організаціями; «оптимальність розмірів» (рівень концентрації); складність і гнучкість виробничої системи (рівень спеціалізації та можливості виробничої диверсифікації); профіль виробничого потенціалу (цільова оцінка); фаза «життєвого циклу» підприємства та його окремих частин; капітало-, науко-, трудомісткість продукції; додана вартість продукту [31].

У свою чергу, С. Іващук, аналізуючи фактори формування національної експортної стратегії, дійшов розуміння, що фактори внутрішнього та зовнішнього середовища доцільно поділити на політико-правові та економічні. Такий поділ вважається необхідним у зв'язку з тим, що процес стратегічного управління передбачає гармонізацію розвитку внутрішнього середовища підприємства з умовами турбулентного та швидкозмінного зовнішнього середовища. Аналізуючи можливі підходи до проведення стратегічного аналізу, слід зазначити, що ступінь впливу кожного фактора, залежить від специфіки продукції, що випускається, і особливостей національного ринку [32].

Але найбільш наближеною до умов функціонування українських підприємств є класифікація факторів впливу на формування експортної стратегії продовольчого підприємства Р. Долгіх (Рис.1.2).

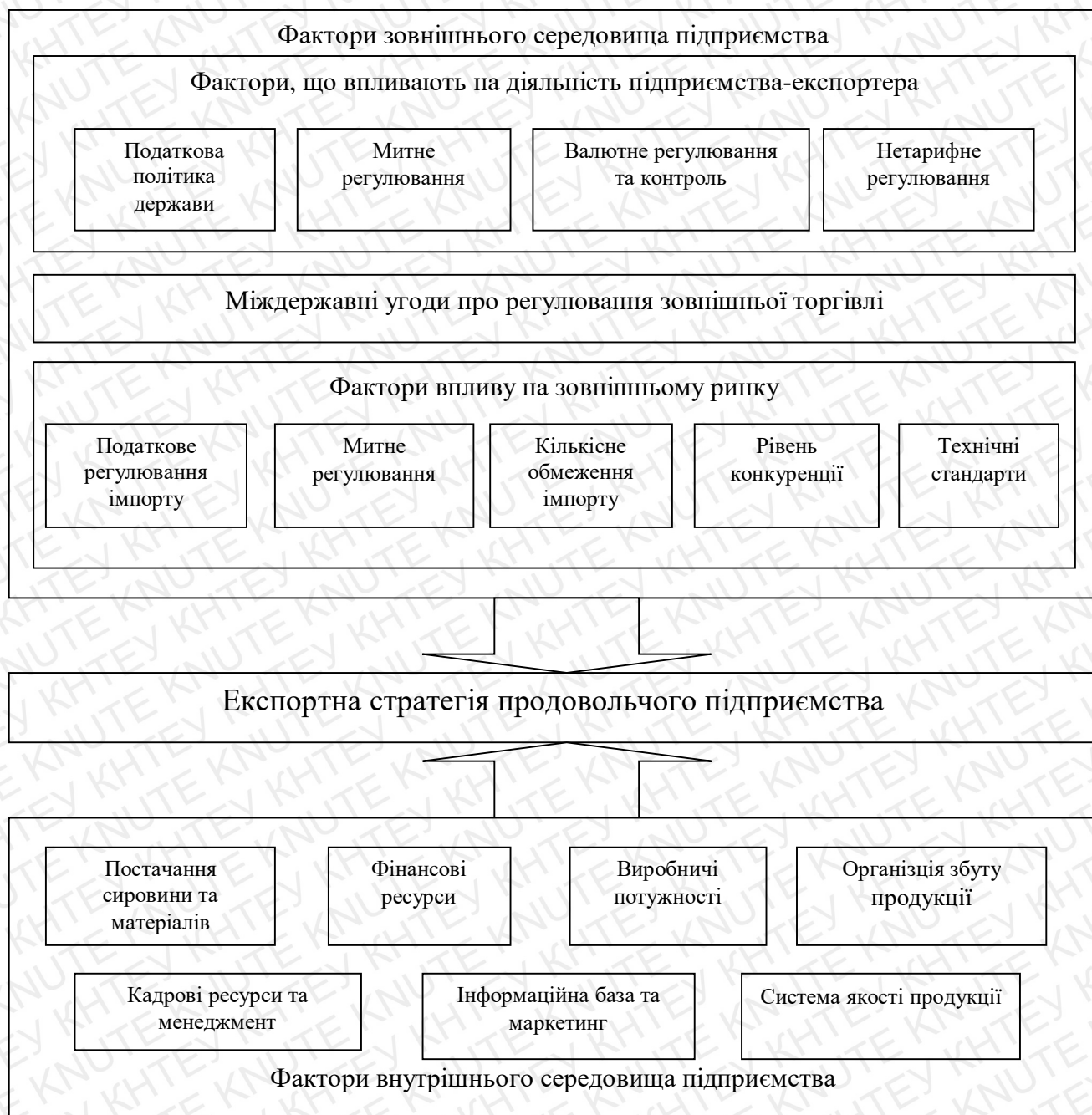


Рис. 1.2. Фактори впливу на формування, реалізацію та ефективність експортної стратегії продовольчого підприємства

Джерело: [33]

Аналізуючи можливі підходи до проведення стратегічного аналізу, слід зазначити, що ступінь впливу кожного фактора на формування і реалізацію

експортної стратегії підприємств різний, залежить від специфіки продукції, що випускається, і особливостей національного ринку.

Розглянемо фактори впливу на формування, реалізацію та ефективність експортної стратегії продовольчого підприємства більш детально:

1) Фактори, що впливають на діяльність підприємства-експортера:

- податкова політика держави - діяльність держави у сферах запровадження правової регламентації та організації справляння податків і податкових платежів до централізованих фондів держави при зовнішньоторговельній діяльності;

- митне регулювання - регулювання питань, пов'язаних із встановленням митних платежів, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю;

- валютне регулювання та контроль - є дієвою складовою державного управління, що за потреби стабілізації ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках країни передбачає посилення, а з метою зниження рівня тінізації економіки та поживлення експортно-імпортних операцій суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності лібералізується;

- нетаривне регулювання – наявність комплексу заходів обмежувально-заборонного порядку, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни (імпортні квоти, «добровільне» обмеження експорту, антидемпінгове регулювання, технічні бар'єри та експортний податок).

2) Фактори впливу на зовнішньому ринку:

- податкове регулювання імпорту – заходи непрямого впливу на економіку, економічні та соціальні процеси шляхом зміни виду податків, податкових ставок, встановлення податкових ставок і пільг, підвищення або зниження загального рівня оподаткування і відрахувань до бюджету;

- митне регулювання – погодження регулювання питань, пов'язаних із встановленням митних податків, митних зборів, а також процедурами митного контролю, організацією діяльності митного контролю;

- кількісне обмеження імпорту – можуть застосовуватися за рішенням уряду однієї країни або на основі міжнародних угод які координують торгівлю певними групами товарів;

- рівень конкуренції – здатність продукції, що експортується, задовольняти вимоги зовнішнього ринку, яка досягається завдяки високому рівню конкурентоздатності та відповідності основних функцій продукції вимогам споживачів забезпечує ефективність реалізації експортної стратегії. А тому, оцінка конкурентного середовища та оцінка наявних та прихованих потреб споживача під час аналізу впливу зовнішнього середовища є запорукою реалізації стратегії експорту;

- технічні стандарти - потрібно враховувати системи державного регулювання щодо відповідності продукції, що експортується як в країні експорту, так і в країні імпорту. Також необхідно зважати на вимоги щодо безпеки та якості продукції, відповідності промисловому та споживчому попиту країни імпорту та обмеження країни експорту. Крім того не можна не врахувати і відповідні домовленості, які встановлені між країнами тощо.

3) Фактори внутрішнього підприємства:

- постачання сировини та матеріалів - постачальники мають досить значний вплив на підприємство та галузь в цілому за рахунок цін, умов постачання, можливостей розриву контрактів. Використання сировини та комплектуючих провідних зарубіжних компаній при виробництві готової продукції може зіграти позитивну роль при виході підприємства на зовнішній ринок. Зміна постачальників сировини, матеріалів і комплектуючих з метою зниження собівартості експортного продукту і скорочення часу на його виробництво і реалізацію, дозволить створити конкуренцію серед постачальників, внаслідок чого можливе поліпшення умов закупівлі матеріалів.

- фінансові ресурси - забезпечення власним капіталом, його мобільність, можливість отримання та обсяги позичкового капіталу, рівень прибутковості експорту;

- виробничі потужності – максимальний обсяг продукції, який може виготовити підприємство протягом року (кварталу, місяця) за допомогою наявних у нього засобів праці (технологічної сукупності машин, устаткування і виробничих площ). Для ефективності реалізації стратегії потрібно технологічне оснащення виробництва під вимоги, що висуваються закордонним ринком до експортного продукту;
- організація збуту продукції – розробка ефективної стратегії збуту продуктів харчування на зовнішніх ринках передбачає формування системи організаційно-технічних, фінансових і комерційних функцій підприємств, направлених на якнайповніше і швидке задоволення попиту закордонних споживачів на продовольство. Збут на продовольчих ринках розглядається як система заходів з організації управління виробничо-збутовою діяльністю, що базується на вивченні ринку плодоовочевої продукції з метою максимально можливого задоволення в ній потреб покупців. У функції збутової діяльності у даній сфері входять комплексне вивчення ринку, планування товарного асортименту, політика цін, реклама і стимулювання збуту, управління збутом і післяпродажним обслуговуванням. Основними інструментами цієї політики для досягнення її ефективності мають бути: аналіз структури і розмірів попиту на продукцію чи послуги в групах споживачів; розробка і організація використання асортиментних програм виробництва з урахуванням попиту покупців; здійснення заходів з підвищення якості споживчих властивостей товару; забезпечення якнайшвидшого просування товару до покупців з використанням найбільш ефективних і зручних форм торговельної діяльності; проведення рекламних заходів, що сприяють збільшенню попиту.
- кадрові ресурси та менеджмент – наявність на підприємстві кваліфікованих працівників, які здатні забезпечити виробництво продукції, призначеної для експорту, яка, в свою чергу, відрізняється від моделі виготовленої продукції;
- інформаційна база та маркетинг – своєчасне опрацювання інформації про всі можливості та загрози продовольчого підприємства під час виходу на

зовнішні ринки. А особливо приділити увагу таким факторам впливу як: економічні, конкурентні, технологічні, соціальні та політичні;

- система якості продукції - проведення робіт із сертифікації продукції за міжнародними стандартами, що є обов'язковою умовою для реалізації експортної стратегії, для чого в бюджеті формованої стратегії необхідне затвердження витрат по отриманню відповідних сертифікатів.

На погляд Р. Долгих [24] при формуванні експортної стратегії та на першому етапі її реалізації, внутрішні фактори більшою мірою негативно впливають на ефективність експортної діяльності, уповільнюючи реалізацію експортної стратегії. Це пояснюється тим, що вплив цих факторів більшою мірою враховувався і корегувався підприємством при організації діяльності на внутрішньому ринку зі знайомими для підприємства вимогами. При оцінці впливу кожного фактора на підприємстві доцільно проводити поетапну роботу з аналізу резервів формування та реалізації експортної стратегії, що виникають в результаті врахування впливу внутрішніх факторів. Робота на новому зарубіжному ринку змушує організацію корегувати вплив цих факторів для підвищення ефективності своєї експортної стратегії. Тому, для більш ґрунтовного аналізу, розглянемо фактори, що чинять негативний вплив на експортну стратегію продовольчого підприємства, знижуючи її ефективність та виокремимо найбільш впливовіші.

При виході на зовнішні ринки, 80 % впливу на експортну стратегію підприємства мають такі фактори, як: торгові бар'єри, неконкурентоспроможна продукція, низький зовнішній попит, низька якість сировини, високі технічні стандарти, мала доля ринку, зростання цін на сировину, погана експортна інфраструктура, високі видатки виробництва, значна кількість браку та дефектів. Але, слід зазначити, що наявність торгових бар'єрів, низький зовнішній попит та високі технічні стандарти відносяться до факторів зовнішнього середовища (близько 55 % з урахуванням факторів збуту), які, як відомо, підприємство у багатьох випадках не в змозі подолати або зменшити їхній вплив [33].

При організації експортного виробництва найбільш гостро постає питання використання комплектуючих, сировини і матеріалів:

по-перше, використання сировини та комплектуючих провідних зарубіжних компаній при виробництві готової продукції може зіграти позитивну роль при виході підприємства на зовнішній ринок. На першому етапі реалізації експортної стратегії, даний факт буде достатнім для початкових продажів з метою подальшого визнання споживачами якості кінцевого продукту;

по-друге, зміна постачальників сировини, матеріалів і комплектуючих з метою зниження собівартості експортного продукту і скорочення часу на його виробництво і реалізацію, дозволить створити конкуренцію серед постачальників, внаслідок чого можливе поліпшення умов закупівлі матеріалів.

Для великого продовольчого підприємства, що виробляє щомісяця значні обсяги традиційної типової продукції для реалізації на внутрішньому ринку, велику роль при формуванні експортної стратегії грає фактор забезпеченості підприємства конструкторським потенціалом, достатнім для своєчасної розробки продукції, що відповідає вимогам закордонного ринку, і відрізняється за деякими параметрами від традиційної продукції підприємства.

Стратегія експортної діяльності під час виходу на продовольчі ринки має обиратися й узгоджуватися з усіма відділами із врахуванням основних цілей підприємства. Після того, як ефективна стратегія буде сформована, підприємство обирає напрям руху. Здатність продукції, що експортується, задовольняти вимоги зовнішнього ринку, яка досягається завдяки високому рівню конкурентоздатності та відповідності основних функцій продукції вимогам споживачів забезпечує ефективність реалізації експортної стратегії.

Отже, сукупність усіх вищезазначених чинників (факторів) формують експортний потенціал підприємства на основі якого здійснюється розробка експортної стратегії, яка складається з процесів формування стратегії та реалізації стратегічного плану. Завершуючи розгляд чинників, що впливають на її формування на продовольчому ринку, слід зазначити, що вона реалізується у фактичному обсязі зовнішньої торгівлі, в якій проявляються конкурентні переваги національної економіки. А ефективна експортна стратегія дасть підприємству змогу адаптуватися до зовнішнього середовища.

1.3. Методологічні підходи до оцінки ефективності експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку

Головною умовою проведення зовнішньоекономічної операції є її ефективність. Визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дає змогу обґрунтувати окремі позиції щодо закупівлі та продажу певних товарів. Одержані дані можуть бути використані при розробленні експортної стратегії.

Усю систему експортної діяльності підприємства можна розділити на 4 групи [41]:

1. Абсолютні показники:

- обсяг експорту;
- обсяг накладних витрат на експорт;
- середній залишок коштів;
- кількість отриманих рекламацій;
- сума рекламацій;
- кількість задоволених рекламацій;
- перевага покупцями ТМ фірми;
- обсяг експорту нових товарів.

2. Відносні показники:

- індекс динаміки;
- індекс вартості;
- індекс фізичного обсягу;
- індекс ціни;
- індекс кількості (наприклад, динаміка частки світового, європейського ринків, частка нових товарів в експорті, які з'явилися за останні 5 років, частка зниження витрат, яку одержано внаслідок використання нових технологій тощо);
- коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту за вартістю, фактичним обсягом, ціною;

- середня тривалість обороту експортної операції;
- коефіцієнт віддачі коштів від експортних операцій.

3. Показники структури:

- товарна структура експорту;
- географічна структура;
- структура накладних витрат.

4. Показники ефективності (ефекту):

- валютна ефективність експорту;
- ефективність експорту;
- рентабельність експорту;
- економічний ефект експорту;
- інтегральний економічний ефект;

В свою чергу, розрахунок показників ефективності здійснюється за такими принципами [42]:

- Найповніший облік усіх складових витрат і результатів. неповний облік витрат та отриманих результатів може спотворити висновки про оцінку ефективності того чи іншого рішення;

- Необхідність порівняння з базовим варіантом. За базовий варіант може бути прийнятий стан справ до прийняття певного рішення. Неправильний вибір бази порівняння може призвести до спотворення оцінок;

- Приведення витрат і результатів до однієї бази зіставлення;

- Приведення різних за часом витрат і результатів до одного моменту часу;

- Наявність достовірності інформації, систему збору та аналізу [43].

Щоб визначити ефективні напрями діяльності підприємства у сфері ЗЕД, потрібен ретельний аналіз її стану. Проведення аналізу експортних та імпорتنих операцій включає:

- визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною експортних/імпорتنих товарів;

- визначення виконання зобов'язань за термінами їхніх поставок та

якістю;

– установлення факторів і величин їхнього впливу на економічні показники;

– з'ясування причин недовиконання зобов'язань за тими чи іншими позиціями.

Процес проведення аналізу має 4 етапи: аналіз виконання зобов'язань за товарами та товарними групами; виконання зобов'язань за країнами експорту/імпорту; виконання зобов'язань за країнами ближнього зарубіжжя; узагальнення результатів аналізу [44]. На першому етапі з'ясовується кількість та загальна сума укладених угод, кількість і загальна сума виконаних угод, кількість, види та сума прострочених контрактів, причини неповної реалізації угод і порушень термінів поставок товарів [45].

Для аналізу експортної діяльності підприємства використовують систему аналітичних показників: частка сум контрактів, прострочених у звітному періоді, коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю, коефіцієнт виконання зобов'язань з експорту товарів за фізичним обсягом та коефіцієнт виконання зобов'язань з експорту товарів за ціною.

Аналізуючи потенціал підприємства для виходу на експортні ринки, менеджментом компанії мають бути враховані фактори як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Оцінка виробничих потужностей підприємства є у нинішніх умовах далеко недостатнім фактором прийняття рішення про необхідність експорту. У ході оцінки експортного потенціалу мають бути оцінені показники фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, виявлені резерви підвищення продуктивності використання ресурсів, досліджено можливості адаптації технологічного процесу на підприємстві задля задоволення вимог санітарних та фітосанітарних заходів у країнах-імпортерах тощо.

З метою оцінки експортної стратегії підприємства доцільним є використання на підготовчому етапі розробки експортної стратегії розробленої Девідом Нортоном та Робертом Капланом системи збалансованих показників.

Використання її при формуванні експортної стратегії дозволить підприємству реалізувати багатовекторну політику управління бізнесом на основі розробки комплексної системи стратегічних цілей і ключових показників діяльності [46].

Система Нортон і Каплана дозволяє менеджерам врахувати у процесі розробки стратегії інтереси чотирьох основних груп впливу на підприємство — клієнтів, кредиторів, працівників та власників, що у значній мірі посилює зв'язок експортних планів компанії з реальністю та забезпечує виконання принципу досяжності при розробці зовнішньоторговельної стратегії.

Перевагою запропонованої методики є також визначення цілей компанії на основі її реального потенціалу, оскільки на практиці до розробки моделі залучаються працівники різних підрозділів, спроможні достовірно оцінити можливості реалізації проміжних цілей експортної стратегії окремим підрозділом.

Збалансована система показників є матрицею, кожен з елементів якої визначає комплекс завдань, розроблених для досягнення підпорядкованих глобальній меті експортної стратегії проміжних цілей, сформованих на основі реальних можливостей підприємства з врахуванням інтересів окремих груп впливу на нього. (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Матриця системи збалансованих показників підприємства

| | Клієнти | Кредитори | Працівники | Власники |
|-----------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Цілі | Ціль К1 Ціль Кn | Ціль Ф1 Ціль Фn | Ціль БП1 Ціль БПn | Ціль НЗ1 Ціль НЗn |
| Показники | Індикатор К1 Індикатор Кn | Індикатор Ф1 Індикатор Фn | Індикатор БП1 Індикатор БПn | Індикатор НЗ1 Індикатор НЗn |
| Завдання | Завдання К1 Завдання Кn | Завдання Ф1 Завдання Фn | Завдання БП1 Завдання БПn | Завдання НЗ1 Завдання НЗn |
| Заходи | Заходи К1 Заходи Кn | Заходи Ф1 Заходи Фn | Заходи БП1 Заходи БПn | Заходи НЗ1 Заходи НЗn |

Джерело: [39]

Використання збалансованої системи показників при оцінці експортного потенціалу підприємства спроможне забезпечити цілеспрямований моніторинг його діяльності, а також дозволити спрогнозувати і попередити появу проблем, органічно поєднати рівні стратегічного й оперативного управління, охопити зв'язки між минулими і майбутніми результатами, а також між внутрішніми й зовнішніми аспектами діяльності підприємства.

Окрім розглянутої методики в науковій літературі можна знайти ряд інструментів, з використанням яких дослідники пропонують оцінювати ефективність експортної діяльності підприємства. Так, Т. М. Мельник вважає, що у більшості випадків дослідження експортного потенціалу становить собою прогнозування товарної та галузевої структури експорту продукції на основі результатів аналізу динаміки експортування, його товарної та галузевої структури за періоди, що передували даті проведення дослідження. Дослідник обґрунтовує неможливість кількісної оцінки експортного потенціалу, спираючись на суб'єктивний характер даного поняття та відсутність прямого зв'язку між потенціалом та позицією підприємства на ринку [47].

В умовах реформування економіки України й широкого розвитку експортна ефективність виробництва – це результативність фінансово-господарської діяльності підприємства, яка досягається максимально можливим співвідношенням результатів і витрачених на їх досягнення матеріальних і фінансових ресурсів. Тобто, оцінка ефективності експортної діяльності підприємства зводиться до аналізу двох взаємопов'язаних процесів: вкладення фінансових коштів у операцію, тобто витрати; отримання доходів від операції.

А тому, для оцінки ефективності експортної діяльності підприємства (відповідно і експортної стратегії) можна використати такі показники: ефективність експорту, рентабельність експорту, економічний ефект експорту та економічна ефективність експорту [44].

1. Ефективність експорту підприємства визначається за формулою (1.1.):

$$E_{\text{еф. е}} = \frac{ЧВ}{ОП}, \quad (1.1.)$$

де ЧВ — чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

ОП — обсяг продажу за експортом, грн.

Показник ефективності експорту свідчить, наскільки ефективно підприємство проводить свою експортну діяльність та наскільки ефективна його експортна стратегія, а також частку виторгу в загальному обсязі експорту підприємства. Якщо цей показник більший за одиницю, тоді реалізація товарів на зовнішньому ринку буде вигідніша, ніж в середині країни.

Рентабельність експорту підприємства розраховується за формулою (1.2.):

$$Pe = \frac{ЧВ}{ПВ} \cdot 100\%, \quad (1.2)$$

де ЧВ — чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

ПВ — повні витрати підприємства на експорт продукції, грн.

Цей показник демонструє суму інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену фірмою гривню.

3. Обчислення економічного ефекту від експорту (ЕФекс) здійснюється за формулою (1.3.):

$$E_{\text{Фекс}} = \sum_i P_{\text{ексі}} \cdot Q_{\text{ексі}} - \sum_i P_{\text{пі}} \cdot Q_{\text{ексі}}, \quad (1.3.)$$

де $P_{\text{внi}}$ — внутрішня ціна одиниці продукції і-го виду, що експортується;

$Q_{\text{екс}}$ — обсяг експортної продукції і-го виду;

$\sum_i P_{\text{ексі}} \cdot Q_{\text{ексі}}$ — вартість експорту у цінах внутрішнього ринку;

$P_{\text{пі}}$ — ціна підприємства одиниці продукції і-го виду, яка експортується;

$\sum_i P_{\text{пі}} \cdot Q_{\text{ексі}}$ — вартість експорту в цінах підприємства.

Якщо ЕФекс є позитивною величиною, то експорт обраного товару є

економічно ефективним, а тому слід шукати можливості для його збільшення з урахуванням досягнутого рівня виробництва.

Для визначення економічної ефективності експортної діяльності на рівні підприємства використовують наступну формулу (1.4.):

$$E_{\text{екс}} = \frac{\sum_i P_{\text{внi}}^{\text{ексi}}}{\sum_i P_{\text{пi}}^{\text{ексi}}}, \quad (1.4.)$$

де $P_{\text{внi}}$ — внутрішня ціна одиниці продукції i -го виду, що експортується;

$Q_{\text{екс}}$ — обсяг експортної продукції i -го виду;

$\sum_i P_{\text{ексi}}$ — вартість експорту у цінах внутрішнього ринку;

$P_{\text{пi}}$ — ціна підприємства одиниці продукції i -го виду, яка експортується;

$\sum_i P_{\text{пi}}$ — вартість експорту в цінах підприємства.

Економічний зміст показника ефективності полягає у тому, що він показує, яка кількість вигоди, результату є на кожну гривню витрат. Необхідною умовою ефективності експорту є те, щоб цей показник був більше одиниці.

Наведені показники ефективності слід порівнювати з аналогічними показниками за минулий період, що дасть змогу встановити, як змінилась ефективність реалізації товарів у звітному періоді в порівнянні з минулим.

Варто зауважити, що в ринкових умовах підприємство не повинно обмежуватись лише класичними способами оцінки та аналізу ефективності експортної діяльності, оскільки вони не завжди дозволяють визначити реальний вплив ефективності управління такою діяльністю на фінансове становище підприємства, загальну ефективність його діяльності, а також на його платоспроможність. Для усунення такого недоліку вищенаведених чинників та для оцінки ефективності експортної діяльності пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства, оскільки під час здійснення експортної діяльності, окрім позитивного економічного ефекту, на підприємство діє ряд негативних чинників, що можуть вплинути й на його економічну безпеку.

До основних індикаторів, що характеризують рівень фінансово-економічної безпеки на підприємствах України, відносять [49]:

1. Показники, що визначають фінансову стійкість:

- коефіцієнт автономії (нормативне значення - $K_{\text{фа}} > 0,5$);
- коефіцієнт співвідношення власних і позикових коштів або коефіцієнт фінансового ризику (нормативне значення - $K_{\text{фр}} < 0,5$; критичне $K_{\text{фр}} = 1$);
- коефіцієнт фінансової стійкості (нормативне значення $0,5 < K_{\text{фс}} < 0,9$);
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами коефіцієнт маневреності власного капіталу (нормативне значення $0,1 < K_{\text{м}} < 0,5$);
- Коефіцієнт співвідношення мобільних і іммобілізованих коштів або коефіцієнт структури капіталу (позитивна характеристика - зростання в динаміці);

2. Показники, що визначають платоспроможність:

- коефіцієнт абсолютної ліквідності (нормативне значення $0,2 < K_{\text{ал}} = 0,5$);
- коефіцієнт швидкої ліквідності або проміжний коефіцієнт ліквідності (нормативне значення $0,6 < K_{\text{шл}} = 0,8$);
- коефіцієнт поточної ліквідності або загальний коефіцієнт покриття (нормативне значення $K_{\text{пл}} > 2,0$).

3. Показники, що визначають ділову активність

- коефіцієнт загальної оборотності капіталу або ресурсовіддача (позитивна характеристика – зростання в динаміці);
- фондovіддача (позитивна характеристика – зростання в динаміці);
- коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних активів або коефіцієнт оборотності запасів (позитивна характеристика – зростання в динаміці);
- період обороту запасів (позитивна характеристика - зменшення в динаміці);
- коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (позитивна характеристика – зростання в динаміці);
- період повернення кредиторської заборгованості (позитивна характеристика - зменшення в динаміці);
- коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (позитивна характеристика – зростання в динаміці);
- період повернення дебіторської заборгованості (позитивна характеристика - зменшення в динаміці).

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши перший розділ даної дипломної роботи, можна зробити наступні висновки:

1. Сутність експортної стратегії полягає у тому, що вона є довгостроковим планом дій, в якому формується мета, завдання та основні напрями реалізації підприємства на зовнішніх ринках з огляду на тенденції та прогнози попиту, дослідження вподобань споживачів іноземних країн та ресурсів, якими володіє підприємство. Особливостями, що відрізняють експортну стратегію підприємства на продовольчих ринках, є необхідність врахування у процесі її формування функцій продовольчої продукції, а також те, що продовольча продукція є значно вразливішою до зовнішнього впливу, що робить значно важчою побудову стратегії експорту;

2. До чинників формування експортної стратегії підприємства відносять: чинники внутрішнього та зовнішнього середовища. До внутрішніх чинників, що впливають на процес формування експортної стратегії відносять: постачання сировини та матеріалів, фінансові ресурси, виробничі потужності, організація збуту продукції, кадрові ресурси та менеджмент, інформаційна база та маркетинг, система якості продукції. До зовнішніх чинників відносять: податкова політика держави, митне, нетарифне, валютне регулювання та контроль,

3. Розглянувши наявні методи оцінки експортної стратегії підприємства, можемо констатувати, що оцінка ефективності експортної діяльності підприємства (експортної стратегії) зводиться до аналізу двох взаємопов'язаних процесів: вкладення фінансових коштів у операцію, тобто витрати; отримання доходів від операції. А тому, для оцінки ефективності експортної діяльності підприємства (відповідно і експортної стратегії) можна використати такі показники: ефективність експорту, рентабельність експорту, економічний ефект експорту та економічна ефективність експорту. Також, для оцінки ефективності експортної діяльності пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства.

РОЗДІЛ II

ДІАГНОСТИКА ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Товариство з обмеженою відповідальністю "ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС" створено керуючись Господарським кодексом України, Законом України "Про господарські товариства" та іншим законодавством України, на підставі Установчого договору про створення та діяльність Товариства з обмеженою відповідальністю «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС». Місце знаходження і юридична адреса підприємства – Україна, м. Берегово, вул. Б.Хмельницького, 163.

ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є юридичною особою за законодавством України і здійснює на правах самостійно господарюючого суб'єкта виробничу, комерційну та іншу не заборонену законодавством діяльність. ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» входить до групи компаній «Fruit Master Group». Статутний фонд сформований у 2008 році та складає 17 356 993,87 грн.

Предметом діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є виробництво та реалізація соків, напоїв, плодоовочевої консервації та вин. Підприємство створено з метою здійснення виробничо-господарської діяльності, спрямованої на надання послуг, виробництво товарів народного споживання, їх реалізації, а також здійснення зовнішньоекономічної діяльності й одержання прибутку. На сьогодні середня чисельність працюючих на підприємстві складає 83 осіб.

У статуті товариства основними видами діяльності було визначено: виробничу діяльність, зовнішньоекономічну діяльність, оптово-роздрібну діяльність.

ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» представлена на українському ринку продовольчих товарів наступними торговими марками [57]:

1. Соки: ТМ "Da!", ТМ "«Моя сім'я»", ТМ "Берегівський консервний завод", ТМ "Jungle Way".

2. Нектари: ТМ "Da!", ТМ "«Моя сім'я»", ТМ "Берегівський консервний завод", ТМ "Jungle Way".

3. Негазований напій: узвар "Берегівський консервний завод".

На досліджувальному підприємстві ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» існує лінійно – функціональна структура управління, в складі якої є відділи, які представлені на рис. 2.1.

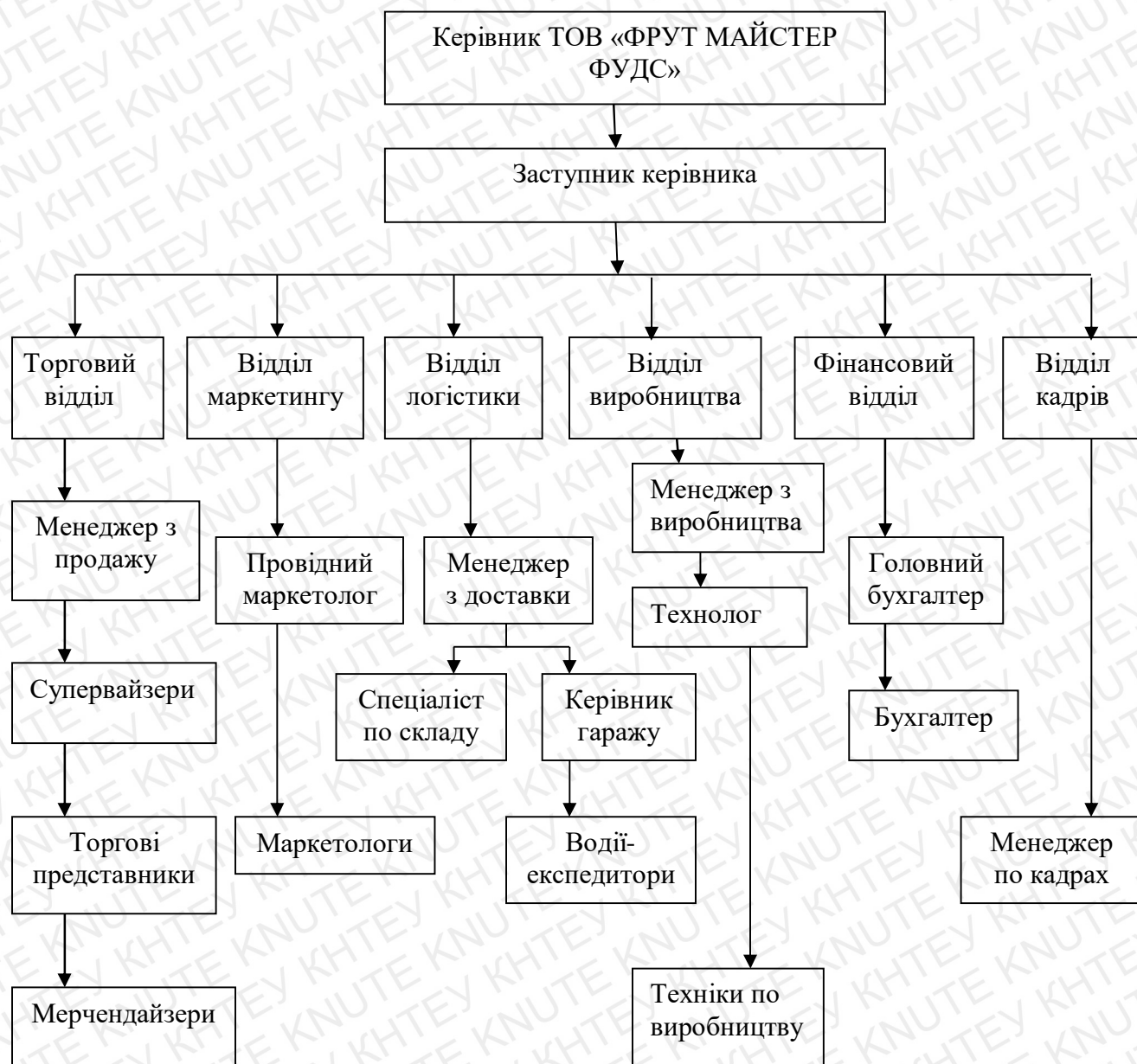


Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Джерело: складено автором за даними ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Відповідно, слід розглянути обов'язки деяких відділів управління ТОВ

«ФРУТ МАСТЕР ФУДС»:

Керівник підприємства. Керує підприємством, керує роботою свого заступника, бухгалтерії. Укладає договори з постачальниками. Розробляє генеральну стратегію підприємства. Керує фінансовою політикою підприємства.

Заступник керівника. Керує та координує роботу торгового відділу, відділів маркетингу, логістики, виробництва, кадрів. Стратегічні рішення в галузі збуту, маркетингової та асортиментної політики. Ставить цільові завдання підлеглим відділкам та координує їх виконання. Приймає участь у розробці генеральної стратегії підприємства, Контроль маркетингової та товарної стратегій. Укладання угод, ведення переговорів.

Менеджер з продажу. Підтримує і розвиває клієнтську базу, здійснює продаж клієнтам продукції підприємства по затвердженому прайс-листу. Забезпечує проведення агресивної збутової політики на закріпленій за ним території (секторі ринку). Забезпечує виконання всіх умов укладених договорів з боку підприємства в частині комплектації замовлення, доставки, вивантаження товару, проведення розрахунків і рекламційної роботи. Забезпечує поступальний ріст обсягів продажів ключовим клієнтам, наявність у торговельній мережі повного асортиментного ряду товарів.

Супервайзер. Координує постачання товарів з закріпленої за ним товарної групи, не припускає їх дефіциту чи невиправданого надлишку на складах; оптимізує асортимент. Бере участь у плануванні продажів і плануванні рекламно-маркетингових заходів. Здійснює постійну взаємодію з постачальниками. Проводить сертифікацію товарів, забезпечує наявність на кожну партію товару пакету документів, організує документальне і транспортне забезпечення поставок. Забезпечує виконання планових завдань відділу. Навчає, організує, мотивує і контролює мерчандайзерів відділу та торговельних агентів, здійснює контроль їх діяльності і якості роботи. Забезпечує технічну підтримку продажів підприємства.

Торговий представник. Представляє, просуває і продає певну товари компанії. Він їздить по торговим точкам, пропонує товар, проводить переговори,

укладає угоди з продажу, а також відвідує магазини, де вже є продукція його фірми, і стежить за тим, чи добре продається товар.

Мерчендайзер. Організує й особисто керує продажами товару по методу прямої доставки підприємствам роздрібною торгівлі. Забезпечує досягнення поставлених цільових показників. Приймає участь в маркетинговому аналізі. Готує плани рекламних та маркетингових акцій з просування товарних брендів, згідно заявок замовників та організує їх проведення. Забезпечує підтримку і розвиток наявної клієнтської бази. Планує, організує і контролює роботу з пошуку і залучення нових Клієнтів. Виконує маркетингові дослідження та надає інші платні маркетингові послуги, за необхідністю та заявкою маркетингового відділу.

Провідний маркетолог. Розробка, аналіз, корекція маркетингової, товарної та збутової стратегії та політики. Організація і контроль маркетингової інформаційної системи, системи аналізу і аудиту маркетингу, системи контролю. Приймає участь у плануванні асортименту. Узгоджує із постачальниками плани проведення маркетингових акцій. Контроль проведення організації та проведення маркетингових заходів підприємства, роботи маркетингового відділу.

Маркетолог. Досліджує, яка продукція буде користуватися великим попитом і чому, оцінює ринок конкретних товарів і послуг. Проводить ретельний моніторинг галузі, з'ясовує уподобання покупців. Складає докладний звіт з цифрами, графіками, порівняльними характеристиками.

Менеджер з доставки. Управління системою логістики компанії, правління постачанням матеріального і технічного типу в компанії, а також закупівлями, складання планів випуску продукції, контроль за тим, щоб продукція випускалася своєчасно, була високої якості, організація заходів по присвоєння продукції сертифікатів і знаків якості, управління запасами на підприємстві, поточне обслуговування, оцінка витрат на запаси, організація складської діяльності, розподіл виробленої продукції, транспортування продукції і контроль за найбільш раціональними шляхами для доставки, організація обробки товарів на митниці, управління персоналу відділу.

Спеціаліст по складу. Забезпечує приймання товарів на склад підприємства, їх розміщення, збереження, підготовку до відправлення, відвантаження; забезпечує зберігання товару, облік і звітність; керує персоналом складу, бригадою вантажників; керує прийманням товару; працює зі звітною документацією. Координує постачання товарів не припускає їх дефіциту чи невинуватеного надлишку на складах.

Водії-експедитори. Займається доставкою вантажів, він відповідає за збереження довіреного йому вантажу, робочий стан транспорту, задіяного у перевезенні, і правильне оформлення транспортної документації. Забезпечення доставки соків по магазинах міста; проходження техогляду автомобіля; дотримання автомобіля в чистоті; вантажно-розвантажувальні роботи; заповнення супровідної документації.

Головний бухгалтер. Організовує контроль за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій; вимагає від всіх підрозділів, служб і працівників забезпечення неухильного змісту порядку оформлення й надані до обліку первинних документів; приймає всі необхідні заходи для застереження несанкціонованого й непомітного виправлення записів у первинних документах і реєстрах бухгалтерського обліку й збереженню оброблених документів, реєстрів і звітності протягом устанавленого часу; забезпечує складання на основі даних бухгалтерського обліку фінансової звітності підприємства, проводить розрахунки з іншими кредиторами у відповідності до договірних обов'язків; робить контроль за веденням касових операцій, раціональним й ефективним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів; організує роботу по підготовці пропозицій для керівника підприємства; керує професіоналами бухгалтерського обліку підприємства й розподіляє між ними функціональні обов'язки.

Менеджер по кадрах. Пошук і підбір персоналу (розміщення вакансій в Інтернеті, пошук і обробка резюме, проведення телефонних інтерв'ю, розміщення вакансій з кандидатами, ведення бази даних); ведення кадрового діловодства (прийом, переклад, звільнення співробітників) проведення атестації персоналу;

ведення особових справ працівників; розробка штатного розкладу; ведення графіка відпусток співробітників; розробка посадових інструкцій.

Далі слід проаналізувати структуру активів та пасивів підприємства. Так, у період з 2013 до 2017 рр. вартість активів підприємства збільшилася лише на 2,07% (з 93958 тис. грн. до 95853 тис. грн.). При цьому це зростання не мало системний характер, зокрема у 2016 та 2017 рр. відбувалося скорочення обсягів активів, тоді як у 2014-2015 рр. відбувалося істотне їх збільшення. Зменшення основних засобів на 4523 тис. грн. (30,94%) за останні п'ять років може свідчити зменшення виробничого потенціалу підприємства.

Необоротні активи зменшились в основному внаслідок зменшення основних засобів. Зменшились також і нематеріальні активи, а у 2014 та 2016 роках вони взагалі відсутні, що негативно вплинуло на величину необоротних активів. Величина довгострокових фінансових інвестицій також зменшилась із 25145 тис. грн. у 2013 р. до 16223 тис. грн. у 2017 р (на 35,48%). Проте це зменшення відбулось за 2013-2014 рр., оскільки дана величина останні три роки залишалась незмінною.

Характеризуючи динаміку оборотних активів, можна спостерігати суттєвий вплив на їх зменшення протягом 2016 – 2017 рр. зміни величини запасів. У 2017 році величина запасів становила 12674 тис. грн., що на 52 % менше ніж їхня величина становила у 2015 році та на 319 % більше ніж у 2013 році. Проте у динаміці оборотних активів, як і у валюті балансу, в цілому, з 2013 року до 2015 року спостерігались позитивні зміни. І саме оборотні активи займають основну частку у величині активів.

Змін зазнала і величина грошових коштів. Протягом останніх п'яти років вони то збільшувались, то зменшувались, проте, на кінець 2017 року вони значно зменшились, що свідчить про зниження платоспроможності підприємства. Дебіторська заборгованість в основному складається з боргів дебіторів за продукцію, товари, послуги та боргів дебіторів за бюджетом. Її величина свідчить про те, чи її у підприємства труднощі в реалізації продукції неплатоспроможності покупців (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Аналіз структури та динаміки вартості активів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за 2013 - 2017 рр., тис. грн.

| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Нематеріальні активи | 510 | 0 | 792 | 0 | 416 | -510 | 792 | -792 | 416 | -94 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,82 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 38 | 38 | 54 | 38 | 0 | 0 | 16 | -16 | -38 | -38 | 1,00 | 1,42 | 0,70 | 0,00 | 0 |
| Основні засоби | 14621 | 15402 | 11152 | 8931 | 10098 | 781 | -4250 | -2221 | 1167 | -4523 | 1,05 | 0,72 | 0,80 | 113 | 69 |
| Довгострокові фінансові інвестиції | 25145 | 18223 | 16222 | 16223 | 16223 | -6922 | -2001 | 1 | 0 | -8922 | 72 | 89 | 100 | 100 | 64 |
| Усього необоротні активи | 40314 | 33663 | 28220 | 25192 | 26737 | -6651 | -5443 | -3028 | 1545 | -13577 | 84 | 84 | 89 | 106 | 66 |
| Запаси | 3024 | 5808 | 26394 | 23895 | 12674 | 2784 | 20586 | -2499 | -11221 | 9650 | 192 | 454 | 91 | 53 | 419 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 36472 | 52295 | 43971 | 43247 | 39545 | 15823 | -8324 | -724 | -3702 | 3073 | 143 | 84 | 98 | 91 | 108 |
| Дебіторська заборгованість за бюджетом | 5901 | 3057 | 3379 | 2200 | 117 | -2844 | 322 | -1179 | -2083 | -5784 | 52 | 111 | 65 | 5 | 2 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 3488 | 11107 | 10629 | 11501 | 12529 | 7619 | -478 | 872 | 1028 | -9041 | 318 | 96 | 108 | 109 | 359 |
| Гроші та їх еквіваленти | 597 | 2326 | 40 | 192 | 20 | 1729 | -2286 | 152 | -172 | -577 | 390 | 2 | 480 | 10 | 3 |
| Витрати майбутніх періодів | 48 | 44 | 73 | 82 | 47 | -4 | 29 | 9 | -35 | -1 | 92 | 166 | 112 | 57 | 98 |
| інші оборотні активи | 4114 | 5289 | 13377 | 14670 | 4184 | 1175 | 8088 | 1293 | -10486 | 10556 | 129 | 253 | 110 | 29 | 102 |
| Усього оборотні активи | 53644 | 79926 | 97863 | 95787 | 69116 | 26282 | 17937 | -2076 | -26671 | 15472 | 149 | 122 | 98 | 72 | 129 |
| Баланс | 93958 | 113589 | 126083 | 120979 | 95853 | 19631 | 12494 | -5104 | -25126 | 1895 | 121 | 111 | 96 | 79 | 102 |

Джерело: складено автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

За даними табл. 2.1 видно, як валюта балансу починаючи з 2015 року спадає, що є негативним фактором. На дане відхилення вплинуло відповідне зменшення необоротних активів (із 28220 тис. грн. у 2015 р. до 26736 тис. грн. у 2017 р.) та значно більше зменшення оборотних активів (97863 тис. грн у 2015 р. до 69116 тис. грн. у 2017 р.).

Власний капітал за останні п'ять років лише зменшувався, причиною цього є зменшення нерозподіленого прибутку, адже інші його складові практично не зазнали змін. Слід зауважити, що зменшення нерозподіленого прибутку є негативним явищем. Зобов'язання зменшують величину власного капіталу, що підтверджує основне рівняння балансу. Величина зобов'язань на 2017 рік зросла на 36 739 тис. грн. (44 %) у порівнянні із 2013 роком. Аналіз темпу приросту зобов'язань свідчить, про широке використання підприємством саме довгострокових джерел фінансування.

Розглядаючи співвідношення власного капіталу і зобов'язань в підсумку балансу, можна бачити, що питома вага залученого капіталу, як у 2013 році, так і протягом наступних років перевищує питому вагу власного. А це говорить про те, що наразі, основу капіталу ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» складає довгострокові зобов'язання та забезпечення, які на 31.12.2017 р. Становили 84083 тис.грн. При цьому 94,36% довгострокових зобов'язань та забезпечень представлено іншими довгостроковими зобов'язаннями, що вказує про залежність даного підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

У структурі поточних зобов'язань основною статтею є поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, частка яких на кінець 2017 р. склала 90,83%. І з кожним роком вона зростає, так за останні п'ять років вона збільшилась на 2760 тис. грн., що і відносному значенні становить 15 %. Це у свою чергу свідчить, про те що, у ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» практично відсутні власні кошти, які б можна було використати у своїй виробничій діяльності (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз структури та динаміки вартості пасивів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за 2013 - 2017 рр., тис. грн.

| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| зарєстрований (пайовий) капітал | 17357 | 17357 | 17357 | 17357 | 17357 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| додатковий капітал | 7 | 1318 | 1318 | 1318 | 1318 | 1311 | 0 | 0 | 0 | 1311 | 18829 | 100 | 100 | 100 | 18829 |
| нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 3514 | 407 | - 9823 | -18954 | -30742 | -3107 | -10230 | -9131 | -11788 | -34256 | 12 | -2414 | 193 | 162 | -875 |
| I. Власний капітал | 20878 | 19082 | 8852 | -279 | -12067 | -1796 | -10230 | -9131 | -11788 | -32945 | 0,91 | 46 | -3 | 4325 | -58 |
| - довгострокові кредити банків | 1650 | 6508 | 6972 | 8712 | 4739 | 4858 | 464 | 1740 | -3973 | 3089 | 394 | 107 | 125 | 54 | 287 |
| - інші довгострокові зобов'язання | 45694 | 58758 | 74743 | 77745 | 79344 | 13064 | 15985 | 3002 | 1599 | 33650 | 129 | 127 | 104 | 102 | 174 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | 47344 | 65266 | 81715 | 86457 | 84083 | 17922 | 16449 | 4742 | -2374 | 36739 | 138 | 125 | 106 | 97 | 178 |
| - поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи | 18892 | 19630 | 15993 | 19026 | 21652 | 738 | -3637 | 3033 | 2626 | 2760 | 104 | 81 | 119 | 114 | 115 |
| - поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом | 7 | 36 | 45 | 2691 | - | 29 | 9 | 2646 | -2691 | -7 | 514 | 125 | 598 | 0 | 0 |
| - поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування | 25 | 23 | 35 | - | 48 | -2 | 12 | -35 | 48 | 23 | 92 | 152 | 0 | - | 192 |
| - поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці | 81 | 80 | 60 | 118 | 88 | -1 | -20 | 58 | -30 | 7 | 99 | 75 | 197 | 75 | 109 |
| - інші поточні зобов'язання | 6731 | 9472 | 19383 | 12 966 | 2049 | 2741 | 9911 | -6417 | -10917 | -4682 | 141 | 205 | 67 | 16 | 3 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | 25736 | 29241 | 35516 | 34801 | 23837 | 3505 | 6275 | -715 | -10964 | -1899 | 114 | 121 | 98 | 68 | 93 |
| Баланс | 93958 | 113589 | 126083 | 120979 | 95853 | 19631 | 12494 | -5104 | -25126 | 1895 | 121 | 111 | 96 | 79 | 102 |

Джерело: складено автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Загалом проведений аналіз вказує на те, що протягом досліджуваного періоду відбулося погіршення структури балансу ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», що свідчить про погіршення майнового стану.

Оцінюючи експортну діяльність ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» не можна не акцентувати увагу на значну сконцентрованість експорту: у географічній структурі на ключового торговельного партнера припадало у різні періоди від 16,4,% до 20,0 % поставок, що вказує на високі ризики для експортера (рис. 2.2).

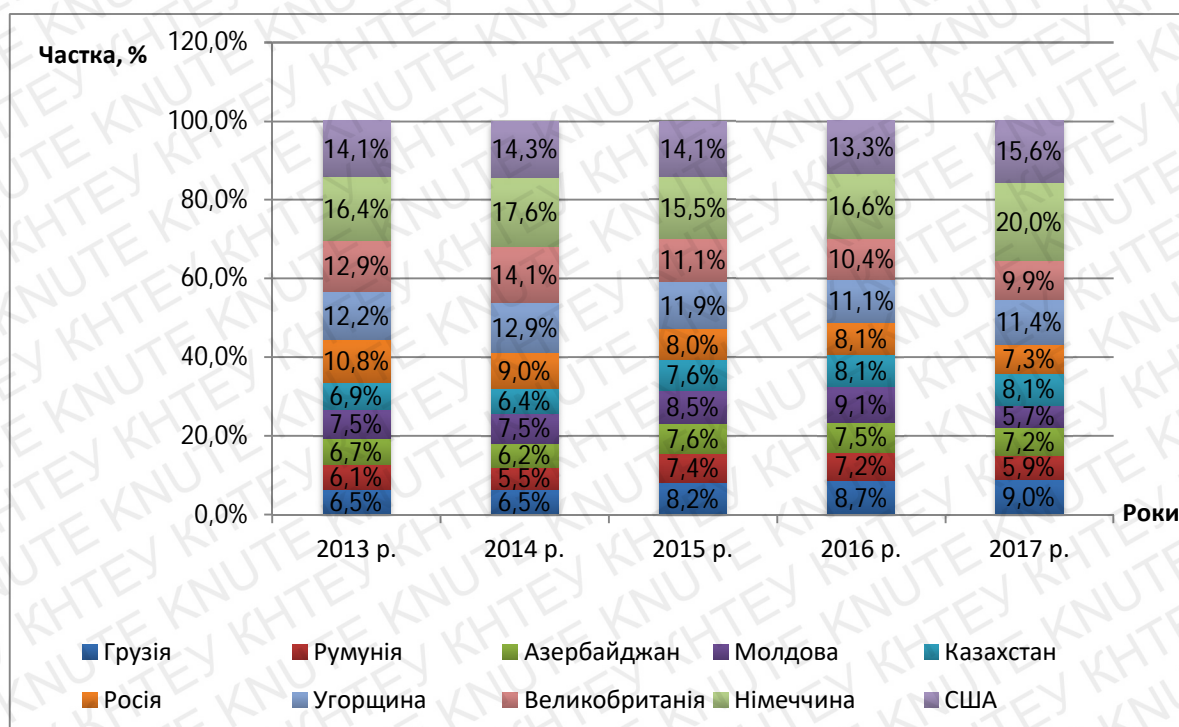


Рис. 2.2. Аналіз динаміки географічної структури експорту ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр., %

Джерело: досліджено автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Загалом, наразі основним ринком збуту для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є Німеччина досить важливими для підприємства є також поставки до США, Великобританії та Угорщини. Регулярні експортні поставки незначних обсягів цукру здійснювалися протягом останніх 5-ти років до Грузії, Румунії Азербайджану, Молдови та Казахстану. Слід відмітити, що за останні 5 років значно скоротилися загальні обсяги експорту продукції від 359,57 тон у 2013 р. до 64,5 тон у 2017 році, що зумовлено нинішньою ситуацією в країні (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

Аналіз динаміки обсягів експорту у розрізі країн-спрямування ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр.,

ТОН

| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Грузія | 214,52 | 164,02 | 107,22 | 102,57 | 79,49 | -50,50 | -56,80 | -4,65 | -23,08 | -135,03 | 76 | 65 | 96 | 78 | 37 |
| Румунія | 201,51 | 140,36 | 96,88 | 85,88 | 52,34 | -61,15 | -43,48 | -11,00 | -33,54 | -149,17 | 70 | 69 | 89 | 61 | 26 |
| Азербайджан | 223,99 | 157,54 | 99,54 | 88,87 | 63,80 | -66,45 | -58,00 | -10,67 | -25,07 | -160,19 | 70 | 63 | 89 | 72 | 28 |
| Молдова | 248,58 | 189,55 | 110,41 | 108,37 | 50,13 | -59,03 | -79,14 | -2,04 | -58,24 | -198,45 | 76 | 58 | 98 | 46 | 20 |
| Казахстан | 229,47 | 162,09 | 99,69 | 95,66 | 71,47 | -67,38 | -62,40 | -4,03 | -24,19 | -158,00 | 71 | 62 | 96 | 75 | 31 |
| Росія | 359,57 | 228,34 | 103,74 | 95,85 | 64,57 | -131,23 | -124,60 | -7,89 | -31,28 | -295,00 | 64 | 45 | 92 | 67 | 18 |
| Угорщина | 404,63 | 325,63 | 155,37 | 131,37 | 100,66 | -79,00 | -170,26 | -24,00 | -30,71 | -303,97 | 80 | 48 | 85 | 77 | 25 |
| Великобританія | 428,98 | 356,94 | 144,42 | 123,42 | 87,49 | -72,04 | -212,52 | -21,00 | -35,93 | -341,49 | 83 | 40 | 85 | 71 | 20 |
| Німеччина | 546,79 | 446,16 | 202,56 | 196,56 | 176,69 | -100,63 | -243,60 | -6,00 | -19,87 | -370,10 | 82 | 45 | 97 | 90 | 32 |
| США | 468,84 | 362,71 | 184,47 | 157,47 | 138,47 | -106,13 | -178,24 | -27,00 | -19,00 | -330,37 | 77 | 51 | 85 | 88 | 30 |
| Усього | 3326,88 | 2533,36 | 1304,31 | 1186,02 | 980,21 | -793,52 | -1229,05 | -118,29 | -300,89 | -2441,75 | 76 | 51 | 91 | 75 | 27 |

Джерело: розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

У статуті ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» основними видами діяльності було визначено:

- виробничу діяльність;
- зовнішньоекономічну діяльність;
- оптово-роздрібну діяльність.

Так, ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» представлена на ринку наступними торговими марками:

1. Соки: ТМ "Da!", ТМ "«Моя сім'я»", ТМ "Берегівський консервний завод", ТМ "Jungle Way".

2. Нектари: ТМ "Da!", ТМ "«Моя сім'я»", ТМ "Берегівський консервний завод", ТМ "Jungle Way".

ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» здійснює зовнішньоекономічну діяльність відповідно до свого статуту, зокрема експортує 6 товарів: соки ТМ «Моя сім'я», нектари ТМ «Моя сім'я», соки ТМ «DA», нектари ТМ «DA», соки ТМ «Берегівський консервний завод» та нектари ТМ «Берегівський консервний завод» при чому другий з них є основним експортним товаром. Тому для кращої оцінки експортної діяльності даного підприємства потрібно дослідити товарну структуру експорту, визначивши частку експорту в загальному обсязі виробництва підприємства.

Так, найбільшу частку в товарній структурі ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» займають нектари ТМ «Моя сім'я» (від 16, 2 % у 2013 р. до 25, 6 % у 2017 р.) та Нектари ТМ «Da» (від 14,6 % у 2013 р. до 17,8% у 2017 р.), а найменшу соки ТМ «Моя сім'я» (від 7,8 % у 2013 р. до 9,9 % у 2017 р.) та Соки ТМ «Берегівський консервний завод» (від 8,5 % у 2013 р. до 10,2 % у 2017 р.) . Слід додати, що за останні п'ять років зменшувались обсяги виробництва продукції, яка призначена для експорту (від 3326,88 тонн у 2013 р. до 980,21 тонн у 2017 р.) та загальні обсяги виробництва продукції (від 4864,67 тон у 2013 р. до 1075,29 тон у 2017 р.) (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз динаміки обсягів та товарної структури експорту ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр., тон

| Показник | 2013 р. | | 2014 р. | | 2015 р. | | 2016 р. | | 2017 р. | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | тон | % | тон | % | тон | % | тон | % | тон | % | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Соки ТМ «Моя сім'я» | 380,86 | 7,8 | 262,49 | 7,5 | 158,32 | 7,7 | 137,29 | 8,1 | 106,53 | 9,9 | -118,37 | -104,17 | -21,03 | -30,76 | -274,33 | 69 | 60 | 87 | 78 | 28 |
| Нектари ТМ «Моя сім'я» | 787,36 | 16,2 | 641,45 | 18,3 | 338,49 | 16,5 | 312,85 | 18,4 | 275,42 | 25,6 | -145,91 | -302,96 | -25,64 | -37,43 | -511,94 | 81 | 53 | 92 | 88 | 35 |
| Соки ТМ «Да» | 436,09 | 9,0 | 393,55 | 11,2 | 186,66 | 9,1 | 167,45 | 9,9 | 132,73 | 12,3 | -42,54 | -206,89 | -19,21 | -34,72 | -303,36 | 90 | 47 | 90 | 79 | 30 |
| Нектари ТМ «Да» | 711,64 | 14,6 | 443,44 | 12,6 | 246,70 | 12,1 | 222,78 | 13,1 | 190,98 | 17,8 | -268,2 | -196,74 | -23,92 | -31,8 | -520,66 | 62 | 56 | 90 | 86 | 27 |
| Соки ТМ «Берегівський консервний завод» | 412,93 | 8,5 | 351,88 | 10,0 | 163,44 | 8,0 | 148,28 | 8,7 | 109,72 | 10,2 | -61,05 | -188,44 | -15,16 | -38,56 | -303,21 | 85 | 46 | 0,91 | 74 | 27 |
| Нектари ТМ «Берегівський консервний завод» | 597,99 | 12,3 | 440,55 | 12,5 | 158,32 | 7,7 | 197,38 | 11,6 | 164,83 | 15,3 | -157,44 | -282,23 | 39,06 | -32,55 | -433,2 | 74 | 36 | 25 | 84 | 28 |
| Обсяг виробництва експортної продукції | 3326,88 | 68,4 | 2533,36 | 72,1 | 1304,31 | 63,7 | 1186,02 | 69,9 | 980,21 | 91,2 | -793,52 | -1229,05 | -118,29 | -205,81 | -2346,7 | 76 | 51 | 91 | 83 | 29 |
| Загальний обсяг виробництва | 4864,67 | 100,0 | 3512,11 | 100,0 | 2046,83 | 100,0 | 1696,97 | 100,0 | 1075,29 | 100,0 | -1352,56 | -1465,28 | -349,86 | -621,68 | -3789,4 | 72 | 58 | 83 | 63 | 22 |

Джерело: розроблено автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

За останні 5 років відбулося також зниження обсягів діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»: виручка від реалізації продукції починаючи з 2014 рр. стрімко зменшувалася з 78086 тис. грн. у 2013 році до 45 667 тис. грн. у 2017 році (на 41,5%) яке у свою чергу пов'язане із скороченням попиту на продукцію.

Собівартість реалізованої продукції, у свою чергу, також скоротилась із 58161 тис. грн у 2013 році до 38 333 тис. грн. у 2017 р. Це послужило і зменшенню обсягів валового прибутку із 2535 тис. грн. до 7334 тис. грн. (у 2,8 рази). Інші операційні доходи збільшилися за останні 5 років на 6323 тис. грн. (у 1,4 рази). Причому високі темпи їх зростання мали місце у 2014-2015 рр., тоді як останні два роки їх обсяг зменшується. Натомість інші операційні витрати, які продемонстрували за досліджуваний період найвищі темпи зростання, істотно збільшилися також і в 2017 р., коли обсяги діяльності підприємства мали тенденцію до зменшення.

Таким чином, фінансовий результат ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» від операційної діяльності у порівнянні з 2013р. погіршився на - 13740 тис. грн. тобто став збитковим. Інші фінансові доходи підприємство мало лише у 2017 році. Інші доходи скоротилися за останні 4 роки на 14981 тис. грн. Натомість інші фінансові витрати збільшились у 13,5 рази. Середньорічна вартість основних засобів за останні 5 років також зазнала змін у бік зменшення, а саме із 11243 тис. грн. у 2013 році до 9515 тис. грн., що у відсотковому вираженні складає 15,36 %.

У результаті, чистий прибуток підприємства, востаннє існував ще у 2013 році (2959 тис. грн). Вже починаючи з 2014 р. спостерігається лише збиток, причому він кожен раз зростає із -3107 тис. грн у 2014 році до -11788 тис. грн у 2017 році, тобто за останні 4 роки підприємство не тільки є збитковим, а й збиток його збільшився майже у чотири рази. Що дає привід стверджувати, що підприємство є неплатоспроможним, аби сплачувати свої борги перед кредиторами (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Аналіз динаміки основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за період з 2013 по 2017 рр., тис. грн.

| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 78086 | 86595 | 64976 | 60035 | 45667 | 8509 | -21619 | -4941 | -14368 | -32419 | 111 | 75 | 92 | 76 | 58 |
| Собівартість реалізованої продукції | 58161 | 66060 | 48732 | 54563 | 38333 | 7899 | -17328 | 5831 | -16230 | -19828 | 114 | 74 | 112 | 70 | 66 |
| Валовий прибуток (збиток) | 20535 | 19925 | 16244 | 5472 | 7334 | -610 | -3681 | -10772 | 1862 | -13201 | 97 | 82 | 34 | 134 | 36 |
| Інші операційні доходи | 16931 | 17715 | 29630 | 32004 | 23254 | 784 | 11915 | 2374 | -8750 | 6323 | 105 | 167 | 108 | 73 | 137 |
| Адміністративні витрати | 3757 | 4170 | 3993 | 5181 | 3158 | 413 | -177 | 1188 | -2023 | -599 | 111 | 96 | 129 | 61 | 84 |
| Витрати на збут | 10964 | 11467 | 6612 | 4775 | 1827 | 503 | -4855 | -1837 | -2948 | -9137 | 105 | 58 | 72 | 38 | 17 |
| Інші операційні витрати | 17857 | 26503 | 43562 | 34155 | 35065 | 8646 | 17059 | -9407 | 910 | 17208 | 148 | 164 | 78 | 103 | 196 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | 4278 | -3890 | -8293 | -6635 | -9462 | -8168 | -4403 | 1658 | -2827 | -13740 | -91 | 213 | 8 | 143 | -221 |
| Інші фінансові доходи | - | - | - | - | 90 | - | - | - | 90 | 90 | - | - | - | - | - |
| Інші доходи | - | 14982 | 2885 | 5702 | 1 | 14982 | -12097 | 2817 | -5701 | 1 | - | 19 | 198 | 0,02 | - |
| Фінансові витрати | 176 | 903 | 1968 | 2177 | 2390 | 727 | 1065 | 209 | 213 | 2214 | 513 | 218 | 111 | 110 | 1358 |
| Інші витрати | 13 | 12394 | 2854 | 6021 | 27 | 12381 | -9540 | 3167 | -5994 | 14 | 95338 | 23 | 211 | 0,4 | 208 |
| Чистий прибуток (збиток) | 2959 | -3107 | -10230 | -9131 | -11788 | -6066 | -7123 | 1099 | -2657 | -14747 | -105 | 329 | 89 | 129 | -398 |
| Середньорічна вартість основних засобів | 11243 | 15012 | 13277 | 10042 | 9515 | 3769 | -1735 | -3235 | -527 | -1728 | 134 | 88 | 76 | 95 | 85 |

Джерело: складено автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Далі, для того, щоб більш точно оцінити фінансовий стан досліджуваного підприємства, проаналізовано його ліквідність (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Аналіз динаміки показників ліквідності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»
у 2013- 2017 рр.

| Показник | 2013р | 2014р | 2015р | 2016р | 2017р | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Коефіцієнт загальної ліквідності | 2,08 | 2,73 | 2,76 | 2,75 | 2,89 | 0,65 | 0,03 | -0,01 | 0,14 | 0,81 | 131 | 101 | 99 | 105 | 138 |
| Коефіцієнт поточної ліквідності | 1,97 | 2,53 | 2,01 | 2,07 | 2,37 | 0,56 | -0,52 | 0,06 | 0,30 | 0,4 | 128 | 79 | 103 | 114 | 102 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,02 | 0,08 | 0,001 | 0,01 | 0,06 | -0,06 | -0,08 | 0,01 | 0,05 | 0,04 | 400 | 1 | 600 | 1000 | 300 |

Джерело: розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Коефіцієнт загальної ліквідності перевищує нормативне значення (>1-2), а тому можна стверджувати, що підприємство володіє значним обсягом вільних ресурсів. З позиції кредиторів підприємства такий варіант формування оборотних коштів є найбільш прийнятним.

Що стосується ж коефіцієнта поточної ліквідності, то теоретично значення вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,6. Для підприємства показник поточної ліквідності є достатнім протягом 2013-2017 рр., тобто підприємство спроможне погасити частину поточних зобов'язань за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів. Зовсім протилежною ситуація є для коефіцієнта абсолютної ліквідності, його значення вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,2 - 0,35. А тому можна зробити висновок, що коефіцієнт абсолютної ліквідності є недостатнім, але не можна відразу робити негативні висновки про можливість підприємства негайно погасити свої борги, тому що мало ймовірно, щоб всі кредитори підприємства одночасно пред'явили б йому свої вимоги.

Для більш точних висновків щодо фінансового стану ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» слід проаналізувати його платоспроможність (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Аналіз динаміки показників платоспроможності (фінансової стійкості) ТОВ
«ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013-2017 рр.

| Показник | 2013р | 2014р | 2015р | 2016р | 2017р | Абсолютне відхилення,+/- | | | | | Відносне відхилення,% | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Коефіцієнт платоспроможності (автономії) | 0,22 | 0,17 | 0,07 | -0,01 | -0,13 | -0,05 | -0,1 | -0,07 | 0,13 | -0,35 | 77 | 41 | -3 | 650 | -59 |
| Коефіцієнт фінансування | 0,28 | 0,20 | 0,08 | -0,01 | -0,11 | -0,08 | -0,12 | -0,08 | 0,12 | -0,39 | 71 | 40 | -2 | 550 | 102 |
| Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами | -0,36 | -0,18 | -0,19 | -0,27 | -0,56 | 0,18 | -0,01 | -0,08 | -0,02 | 0,04 | 50 | 110 | 142 | 207 | -156 |
| Коефіцієнт маневреності власного капіталу | -0,93 | -0,76 | -2,18 | 91,29 | 3,23 | 0,17 | -1,42 | -93,5 | -88,1 | 4,16 | 82 | 287 | -418 | 4 | -347 |

Джерело: розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Із показниками платоспроможності підприємства ситуація не однозначна. Значення коефіцієнта платоспроможності (автономії) є нижчим за нормативне значення ($> 0,5$) та з кожним роком лише зменшується від 0,22 до -0,13. А це означає поглиблення фінансової залежності, а від'ємні значення даного показника у 2016-2017 роках вказують на відсутність фінансової самостійності підприємства. Коефіцієнт забезпеченості власними обіговими засобами протягом 2013-2017 рр. має лише від'ємне значення, що свідчить про значну фінансову залежність підприємства від зовнішніх кредиторів. А тому, в умовах погіршення ринкової ситуації компанія, не зможе продовжити свою діяльність. Позитивним є зменшення значення коефіцієнта фінансування (співвідношення залучених і власних коштів). Цей показник має від'ємне значення у 2016 та 2017 роках, а тому будь-яке співставлення розрахованого значення, в цей період, буде не логічним, оскільки нормативне значення є адекватним лише за додатних значень коефіцієнту. Тим не менш, із від'ємних значень випливає, що підприємство є повністю фінансово залежним. Коефіцієнт маневреності власного капіталу

(співвідношення між власними оборотними ресурсами і власним капіталом компанії) дозволяє забезпечити гнучкість у використанні власного капіталу лише у 2016 та 2017 роках, проте дані значення у ці роки вийшли лише за рахунок відсутності власного капіталу, а тому є не зовсім коректними. Всі інші його значення є нижчим за нормативне ($>0,2$) а це означає, що власний капітал і залучені кошти, спрямовані на фінансування необоротних засобів.

Якість економічного зростання можуть характеризувати узагальнюючі показники, які визначають ступінь окупності активів і капіталу (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Аналіз динаміки показників ділової активності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013-2015 рр.

| Показник | 2013р | 2014р | 2015р | 2016р | 2017р | Абсолютне відхилення,+/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Коефіцієнт оборотності активів | 0,9 | 0,8 | 0,7 | 0,5 | 0,4 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,1 | -0,5 | 9 | 0,9 | 0,7 | 0,8 | -4 |
| Коефіцієнт оборотності оборотних активів | 1,6 | 1,3 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | -0,3 | -0,6 | -0,1 | 0,1 | -1,1 | 8 | 5 | 9 | 8 | 3 |
| Коефіцієнт оборотності запасів | 11,3 | 14,9 | 3,0 | 2,2 | 2,1 | 3,6 | -11,9 | -0,8 | -0,01 | -9,2 | 13 | 2 | 7 | 9 | 2 |
| Оборотність запасів,днів | 31,7 | 24,1 | 118,8 | 165,9 | 171,4 | -7,6 | 94,7 | 47,1 | 5,5 | 139,7 | 8 | 49 | 14 | 103 | 54 |
| Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгован. | 1,9 | 1,0 | 1,5 | 1,0 | 0,8 | -0,9 | 0,5 | -0,5 | -0,2 | -1,1 | 5 | 15 | 7 | 8 | 4 |
| Оборотність дебіторської заборг.,днів | 189,5 | 346,1 | 233,7 | 346,1 | 428,6 | 156,6 | -112,4 | 112,4 | 82,5 | 239,1 | 18 | 07 | 15 | 12 | 22 |
| Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгован. | 2,9 | 3,4 | 2,3 | 1,9 | 2,2 | 0,5 | -1,1 | -0,4 | 0,3 | -0,7 | 12 | 07 | 8 | 12 | 8 |
| Оборотність кредиторської заборг.,днів | 123,7 | 118,4 | 154,5 | 190,5 | 165,9 | -5,3 | 36,1 | 36,0 | -24,6 | 42,2 | 9 | 13 | 12 | 9 | 13 |
| Коефіцієнт оборотності власного капіталу | 4,0 | 4,3 | 4,6 | 14,0 | -7,4 | 0,3 | 0,3 | 9,4 | -21,4 | -11,4 | 11 | 11 | 30 | -5 | -18 |

Джерело:розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Із табл. 2.8 бачимо, що у коефіцієнта оборотності активів на ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» існує стабільна тенденція до зниження (із 0,9 у 2013 р. до 0,4 у 2017 р.). Слід зазначити, що даний коефіцієнт є одним із найважливіших показників ефективності використання капіталу і вказує на швидкість його переходу зі стадії виробничих запасів у готову продукцію та швидкість перетворення продукції у безпосередньо грошову форму. Враховуючи це, можна стверджувати, що така динаміка свідчить про неефективність використання активів на досліджуваному підприємстві.

Аналогічна ситуація спостерігається у оборотних активах та коефіцієнті оборотності запасів підприємства, тому по ним висновок буде ідентичним. Тривалість одного обороту запасів та витрат у 2013 р. становила 31 день, а вже у 2017 р. 171 день. Важливою складовою оцінки ділової активності підприємств є аналіз стану дебіторської та кредиторської заборгованостей. Розмір дебіторської заборгованості визначається умовами підприємства щодо розрахунків зі своїми клієнтами.

Так, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості на ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» в динаміці знижується (за винятком 2015 року) із 1,9 у 2013 р. до 0,8 у 2017 р. При цьому спостерігається значне зростання тривалості обороту. Так у 2013 р. тривалість обороту дебіторської заборгованості на підприємстві становила 189 днів, а у 2017 р. 428 днів. Що стосується коефіцієнта кредиторської заборгованості, то тут значення то збільшується, то зменшується. Зменшення значення коефіцієнта 2,3 в 2015 р. та 1,9 в 2016 р. свідчать про зменшення швидкості погашення заборгованості підприємством. Так, середній термін повернення боргів (за винятком зобов'язань перед банками) на ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за 2013 – 2017 рр. коливався від 118 до 190 днів.

В посткризовий період не менш важливе значення займає аналіз показників рентабельності. Зростання усіх показників рентабельності в динаміці за звітні періоди розглядають як позитивну тенденцію. Далі дослідимо показники рентабельності на прикладі досліджуваного підприємства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Аналіз динаміки основних показників рентабельності ТОВ «ФРУТ
МАЙСТЕР ФУДС» за 2013-2015 рр.,%

| Показник | 2013р | 2014р | 2015р | 2016р | 2017р | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Рентабельність інвестицій (капіталу) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Рентабельність сукупного капіталу | 3,3 | -2,9 | -8,5 | -7,4 | -10,9 | -6,2 | -5,6 | 1,1 | -3,5 | -14,2 | -9 | 29 | 9 | 15 | -33 |
| Рентабельність власного капіталу | 15,3 | -15,5 | -77,1 | -2,1 | 1,9 | -30,8 | -61,6 | 75,0 | 4,0 | -13,4 | -10 | 49 | 01 | 09 | 01 |
| Рентабельність продаж | | | | | | | | | | | | | | | |
| Валова рентабельність реалізованої продукції | 25,5 | 23,7 | 25,0 | 9,1 | 16,1 | -1,8 | 1,3 | -15,9 | 7,0 | -9,4 | 9 | 11 | 4 | 18 | 6 |
| Операційна рентабельність реалізованої продукції, % | 5,5 | -4,5 | -12,8 | -11,1 | -20,7 | -10 | -8,3 | 1,7 | -9,6 | -26,2 | -8 | 28 | 9 | 19 | -38 |
| Чиста рентабельність реалізованої продукції, | 3,8 | -3,6 | -15,7 | -15,2 | -25,8 | -7,4 | -12,1 | 0,5 | -10,6 | -29,6 | -9 | 44 | 0,9 | 17 | -68 |
| Загальна рентабельність виробничих запасів, | 43,4 | 49,6 | 34,5 | 10,6 | 16,6 | 6,2 | -15,1 | -23,9 | 6,0 | -26,8 | 11 | 7 | 3 | 16 | 4 |
| Загальна рентабельність підприємства | 22,1 | 19,8 | 13,6 | 4,4 | 6,8 | -2,3 | -6,2 | -9,2 | 2,4 | -15,3 | 9 | 7 | 3 | 16 | 3 |

Джерело: розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Із розрахунків видно, що рентабельність сукупного капіталу на ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» має тенденцію до зниження. За останні 4 роки вона була негативною (від - 2,99% у 2014 р. до - 10,88% у 2017 р.). Це дозволяє

стверджувати, що продуктивність ресурсів підприємства заходиться на низькому рівні. Лише у 2013 р. зафіксовано позитивне значення рентабельності сукупного капіталу (3,27 %).

Такі ж негативні значення і у показника рентабельності власного капіталу. Від'ємні значення показників цієї групи безпосередньо пов'язані із розміром власного капіталу та з чистим прибутком (збитком) підприємства. Позитивна рентабельність власного капіталу виявлена в 2013 р. –15,25 %.

Аналіз рентабельності продажів показав, що динаміка показника валової рентабельності реалізованої продукції на ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» значно знизилась у 2016 році (9,11%) та 2017 році (16,06%) порівняно з попередніми роками.

Окрім цього відмітимо, що у операційної та чистої рентабельності реалізованої продукції спостерігається, взагалі, від'ємне значення за останні чотири роки, що є вкрай негативним явищем. Безумовно, негативною тенденцією є спад загальної рентабельності підприємства з 22,07 % у 2013 р. до 6,76 % в 2017 р. Спостерігається також спад показника рентабельності запасів.

Підводячи підсумки, зазначимо, що розраховані показники рентабельності носять лише орієнтовний характер, оскільки інформаційна база для їх розрахунку була обмежена фінансовою звітністю, якої в даному випадку недостатньо.

У цілому, здійснені розрахунки свідчать, що протягом досліджуваного періоду відбулося погіршення майнового стану ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», зокрема підвищення рівня залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування та значне скорочення обсягів власного капіталу. Негативним є також наявність збитку у підприємства, який починаючи з 2014 р. з кожним роком лише зростає. Також за останні п'ять років погіршилися показники рентабельності, показники ділової активності, платоспроможності та ліквідності. Як підсумок, підприємство знаходиться у складній фінансовій ситуації, діяльність майже не приносить прибутку, а тому формування експортної стратегії для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є необхідною умовою, для покращення та стабілізації своєї господарської діяльності.

2.2. Дослідження чинників формування експортної стратегії підприємства на продовольчому ринку

Експортна стратегія ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» формується під впливом низки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. При дослідженні факторів зовнішнього середовища, а саме, які є невідконтрольними підприємству, можна виділити ситуацію на ринку України, що формує середовище для здійснення підприємством господарської діяльності, і, зокрема, експортних операцій. Окрему роль у формуванні експортної стратегії досліджуваного підприємства відіграє також конкуренція на продовольчому ринку України, яка в значній мірі обумовлює пошук підприємством можливостей для підвищення ефективності господарської діяльності.

Окремо при оцінці чинників, які впливають на експортну стратегію ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» необхідно виділити ситуацію на світових ринках, оскільки саме глобальна конкуренція та попит на соки, вироблені підприємством, визначають можливості реалізації його експортної стратегії та в подальшому здійснення зовнішньоторговельної діяльності.

Серед факторів внутрішнього середовища необхідно визначити систему управління підприємством, кваліфікацію персоналу, технології, які використовуються підприємством у процесі виробництва соків, який іде на експорт. Усі зазначені чинники у комплексі визначають експортні можливості ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» та процес формування експортної стратегії підприємства на продовольчих ринках.

Досліджуючи фактори зовнішнього середовища, які впливають на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», потрібно розглянути у першу чергу кон'юнктуру світового ринку продовольчих товарів за 2013–2017 роки. В нашому випадку слід дослідити кон'юнктуру саме європейського ринку соків, оскільки підприємство займається виробництвом різних соків, нектарів, плодоовочевої продукції та експортує їх, в основному, в країни ЄС.

Дані статистики свідчать, що у 2013/2017 роках відбулося не значне зниження обсягів виробництва, тоді як обсяги експорту та імпорту соку за 2013/2017 збільшилися (рис. 2.3).

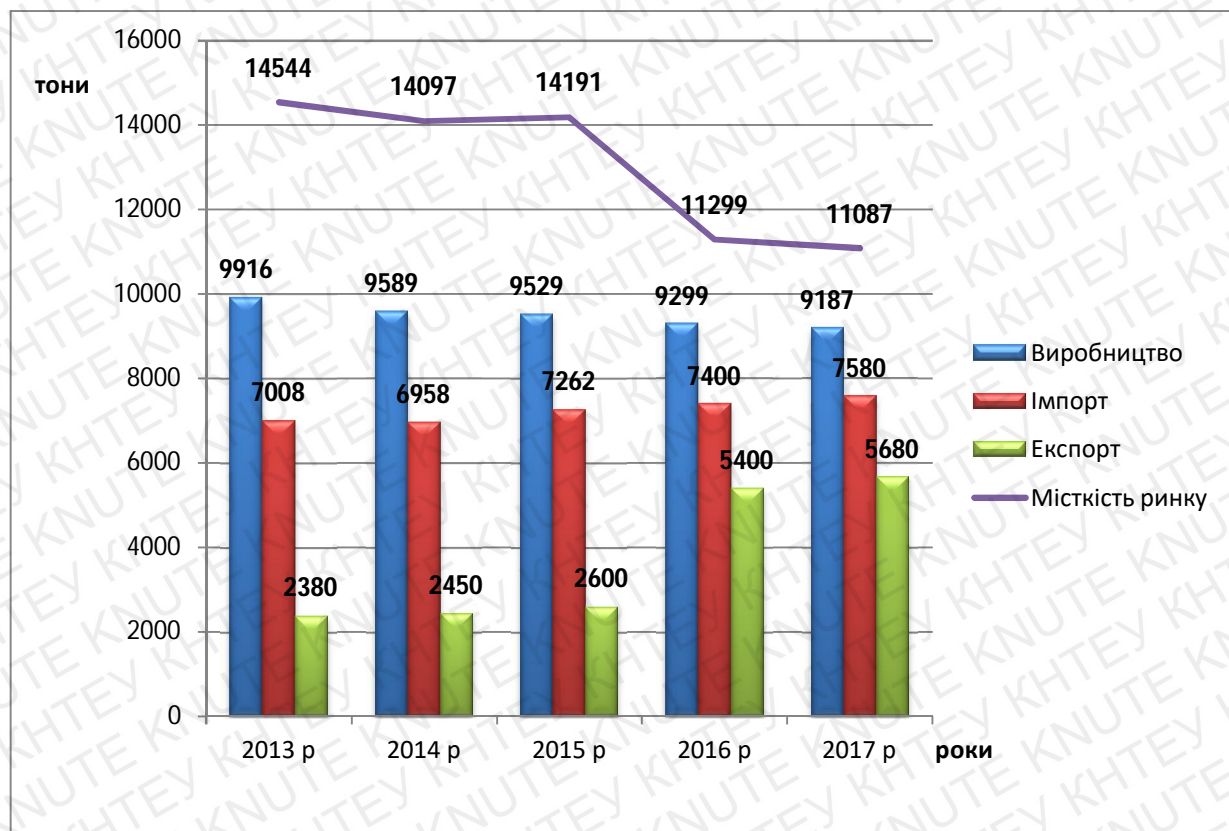


Рис. 2.3. Обсяги виробництва, експорту та імпорту соку в ЄС у 2013 – 2017 рр., тис. тон

Джерело: досліджено автором за матеріалами [58]

Необхідно відзначити, що зменшення обсягів виробництва соку на у значній мірі послаблює конкуренцію на європейському ринку, що спрощує процес формування експортної стратегії підприємства.

При цьому серед переліку країн в які експортуються українські соки та нектари більшість належать Європейському Союзу. Перебування країн ЄС у переліку основних країн, що споживають українські соки та нектари свідчить про наявність у вітчизняних підприємств налагоджених зв'язків з покупцями соку за кордоном. Таким чином, українські компанії, і в тому числі ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» мають можливості надалі розширювати збут, вдосконалюючи асортимент та виходячи на нові ринки (Рис 2.4).

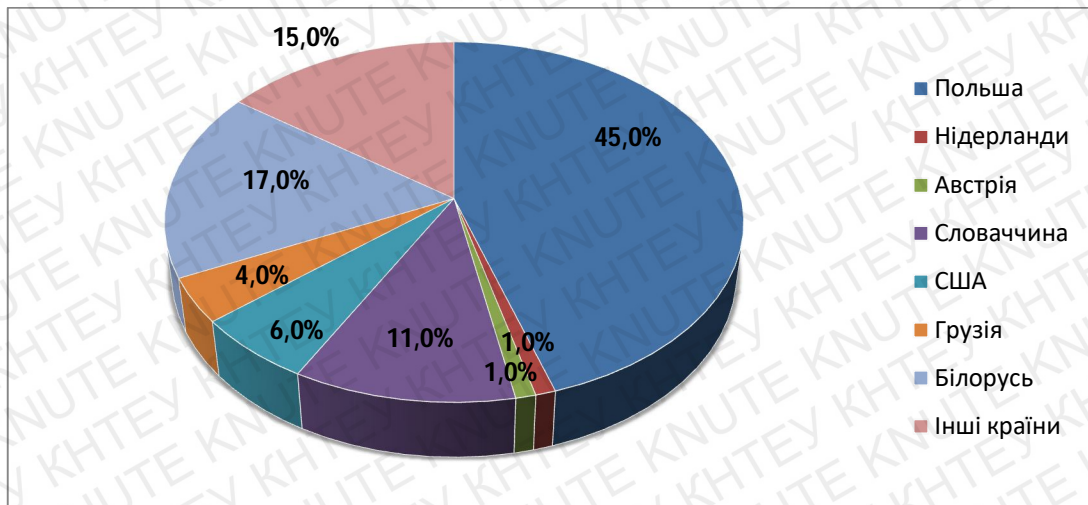


Рис. 2.4. Аналіз географічної структури експорту вітчизняних соків у 2017 році., %

Джерело: досліджено автором за [59]

Таким чином, українські компанії, і в тому числі дане підприємство мають можливість надалі розширювати збут, вдосконалюючи асортимент.

На користь останнього аргументу свідчить також те, що позиції країн ЄС значно вищі, таким чином переважна частина продукції, виробленої вітчизняними виробниками соку, спрямовується на експорт саме у країни ЄС. Проте при експорті соків на ринки ЄС потрібно враховувати тарифне та нетарифне регулювання на цю продукцію для України. Так, дія тарифної квоти поширюється на коди підгрупи 2009 (виноградні та яблучні соки) (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Обсяги тарифних квот для виноградних та яблучних соків у 2017-2021 рр. в рамках ПВЗВТ з ЄС, тонн

| Коди | Домовленості в рамках ПВЗВТ, тон | Загальний обсяг на 2017 р, тон | Загальний обсяг на 2018 р, тон | Загальний обсяг на 2019 р, тон | Загальний обсяг на 2020 р, тон | Загальний обсяг на 2021 р, тон |
|---|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 2009 61 (90) 2009 69 (11;71;79;90) 2009 71 (20;99) 2009 79 (11;19;30; 91;93;99) | 10000-20000 | 11 666,7 | 13 333,3 | 15 000 | 16 666,7 | 18 333,3 |

Джерело: складено автором за [60]

Обсяг квоти на безмитне ввезення виноградного та яблучного соків до країн

ЄС відповідно до умов ПВЗВТ між Україною та країнами ЄС складає 10000 т/рік із поступовим збільшенням протягом 5-ти років до 20000 т/рік..

Після перевищення обсягу ввезення в межах квоти вводяться такі ставки ввізного мита [60]:

- 2009 61 90 – 22,4% плюс 27 Євро/гл;
- 2009 69 11 – 40% + 121 Євро/гл + 20,6 Євро/100кг/нетто;
- 2009 69 71 – 22,4% + 131 Євро/гл + 20 Євро/100кг/нетто;
- 2009 69 79 – 22,4% + 27 Євро/гл + 20,6 Євро/100кг/нетто;
- 2009 69 90 – 22,4% + 27 Євро/гл;
- 2009 71 (20; 99) – 18%;
- 2009 79 11 – 30% + 18,4 Євро/100кг/нетто;
- 2009 79 19 – 30%; • 2009 79 (30;93;99) – 18%;
- 2009 79 91 – 18% + 19,3 Євро/100кг/нетто.

Варто зауважити, що Україна станом на вересень 2018 року на 100 % вичерпала квоти на експорт соку.

Для експорту в рамках режиму вільної торгівлі (нульові/зменшені мита) необхідно отримати сертифікат з перевезення товарів форми EUR.1, який з 1 січня 2016 року видається митними органами України. У данного підприємства він наявний.

Що стосується нетарифного регулювання, то тут законодавство ЄС містить чіткі визначення щодо соків та нектарів задля застосування єдиної термінології та усунення недобросовісної конкуренції, яка може ввести в оману споживача, та встановлює загальні вимоги до їх виготовлення.

Так, фруктовим соком може називатися здатний до бродіння, але не зброжений продукт, отриманий із їстівної частини плоду, який є міцним і дозрілим, свіжим або збереженим шляхом охолодження або заморожування одного або декількох видів, змішаних разом, що мають характерний колір, аромат і смак, характерні для соку плоду, з якого він приходить.

Смак, м'якість і клітини, отримані придатним фізичним способом від тих самих видів фруктів, можуть бути відновлені до соку. Концентрований фруктовий

сік – це продукт, отриманий з фруктового соку одного або декількох видів фруктів шляхом фізичного видалення певної частки вмісту води. Якщо продукт призначений для прямого споживання, видалення має становити принаймні 50% вмісту води. Фруктовий нектар — здатний до бродіння, але не підданий бродінню продукт, одержаний шляхом додавання води і цукру та/чи меду до фруктового концентрату, концентрованого фруктового соку чи зневодненого фруктового соку, до фруктового пюре або до суміші таких продуктів.

Додавання цукру та/чи меду дозволяється в розмірі до 20% від загальної маси кінцевого продукту, дозволяється додавання підсолоджувачів/замінників цукру. Визначено перелік дозволених інгредієнтів: наприклад, для томатного соку і томатного соку з концентрату дозволяється додавати сіль, спеції та ароматичні трави; для виноградного соку — відновлені солі винної кислоти; для фруктових нектарів — відновлений аромат, м'якість і клітини, цукор та або мед до 20% від загальної маси готової продукції та/або підсолоджувачі; вітаміни та мінерали також можуть бути додані відповідно до стандартів ЄС. Є перелік дозволених способів обробки (механічна екстракція, звичайні фізичні процеси) та допустимих речовин (істівний желатин, дубильні речовини, деревне вугілля тощо).

Визначено мінімальний відсоток вмісту концентрованого соку/ пюре у нектарі в залежності від виду фруктів (наприклад, грушевий та персиковий нектари мають містити 50%, сливовий – 30%, малиновий та абрикосовий 40%), мінімальний вміст розчинних сухих речовин, число Брікс (наприклад, для яблук та абрикос – 11,2, для малини — 7, для томату – 5).

Також продукція повинна відповідати міжнародним стандартам. Так, продукція компанії у 2012 році пройшли сертифікацію на відповідність міжнародному стандарту ISO 9001:2008. Діюча у ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» система відповідності цілком відповідає встановленим в ТУ У 15.3-30953330-002-2004 вимогам, що підтверджено сертифікатом схвалення. Зараз підприємство працює над впровадженням системи НАССР (система аналізу ризиків, небезпечних чинників, що дозволяє гарантувати виробництво безпечної продукції).

Поряд з кон'юктурою зовнішніх ринків, на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» впливає також ситуація на українському ринку. У першу чергу на експортні можливості підприємства впливає кризовий стан вітчизняної економіки, який обумовлює зростання вартості виробництва соків.

Розглядаючи тарифи на теплову енергію, зазначимо, що для виробничих підприємств у період з 1 квітня 2014 р. до 5 січня 2018 р. вони зросли 959,96 грн/гкал до 1825,45 грн/гкал, тобто майже у 2 рази. Тарифи на електроенергію для споживачів 2-го класу напруги збільшилися з 72,4 грн/мВТ/год до 236,63 грн/мВТ/год.

Середня заробітна плата на продовольчих підприємствах збільшилася у період з 2013 до 2017 р. з 2269 грн/особу до 5761 грн/особу, тобто більше ніж у 2 рази. Таким чином, умови виробництва для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» істотно погіршилися, що ускладнило процес формування експортної стратегії та реалізації експортної діяльності підприємства.

Як наслідок, за 2013-2017 рр. обсяги виробництва на вітчизняному ринку знизилися із 463 тис. тон до 197 тис. тон, що у відносному значенні складає 47%. Це пов'язано із вище перерахованими факторами, проте, на це також вплинула і проблемна ситуація, яка склалася на сході країни і втрата Криму (Рис.2.5).

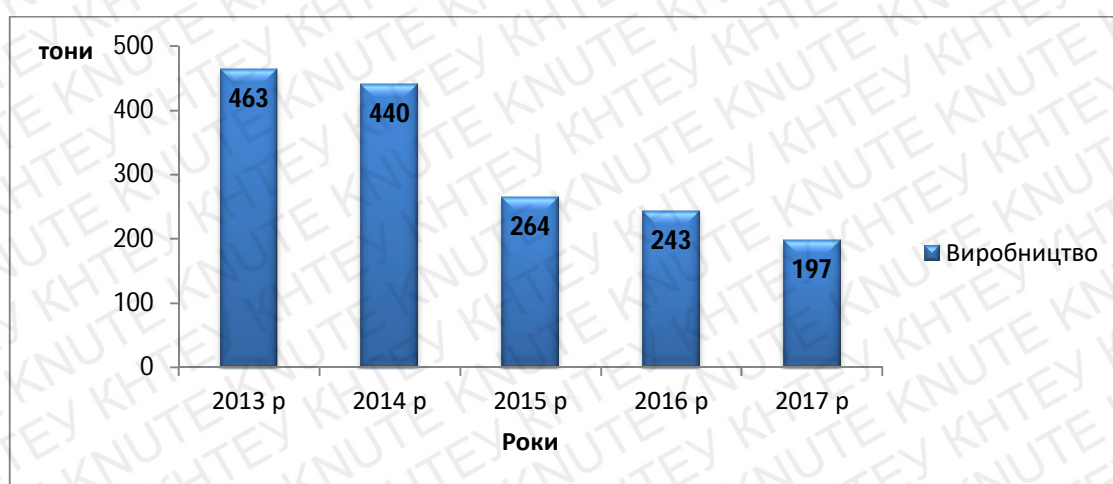


Рис.2.5. Обсяги виробництва плодових та овочевих соків в Україні за 2013-2017 рр., тис. тон

Джерело: досліджено автором за [59]

За 2014-й, 2015-й та 2016-й роки представлені без врахування показників виробництва на тимчасово окупованій території АРК і в зоні проведення антитерористичної операції. У 2017 році було вироблено 197 тис. тон соку, що свідчить про збереження негативної тенденції.

Щодо експорту, то на внутрішньому ринку знижується попит на соки, тому вітчизняні виробники все більше починають звертати увагу на закордонні ринки. До 2014 року російський ринок становив приблизно 50% експортного сегмента. Тепер же, як не дивно, українські виробники соків переключилися на ринки західної Європи (Рис.2.6).

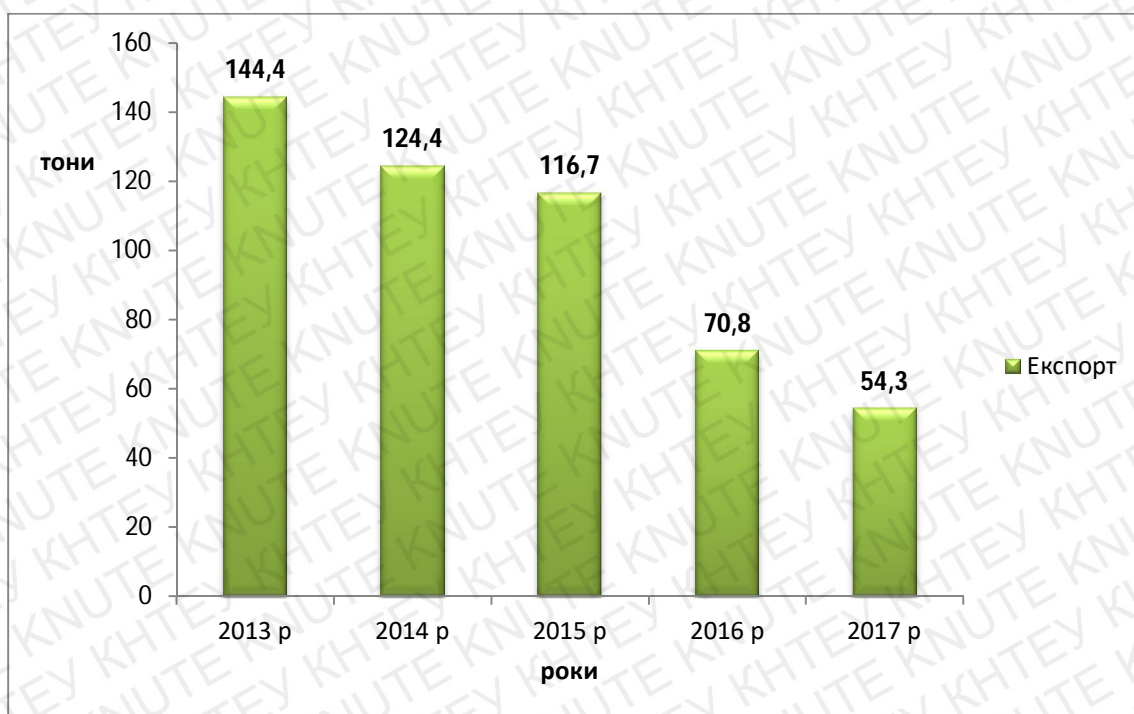


Рис. 2.6. Обсяги експорту плодкових та овочевих соків в Україні за 2013-2017 рр., тис. тон

Джерело: розроблено автором за [62]

Починаючи з 2013 року, ринок експорту просів на 51% в об'ємному вираженні, що відповідає 76% втрати у валюті. Однією із причин зниження обсягу експорту - невідповідність рівня якості. За останні 3 роки в країнах західної Європи стали популярними соки прямого віджиму. Натуральна продукція маркується знаком «NFC», що означає not from concentrate - без концентрату.

До факторів макросередовища, які позитивно вплинули на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» можна віднести сприятливу для експортера динаміку валютного курсу (Рис.2.7).

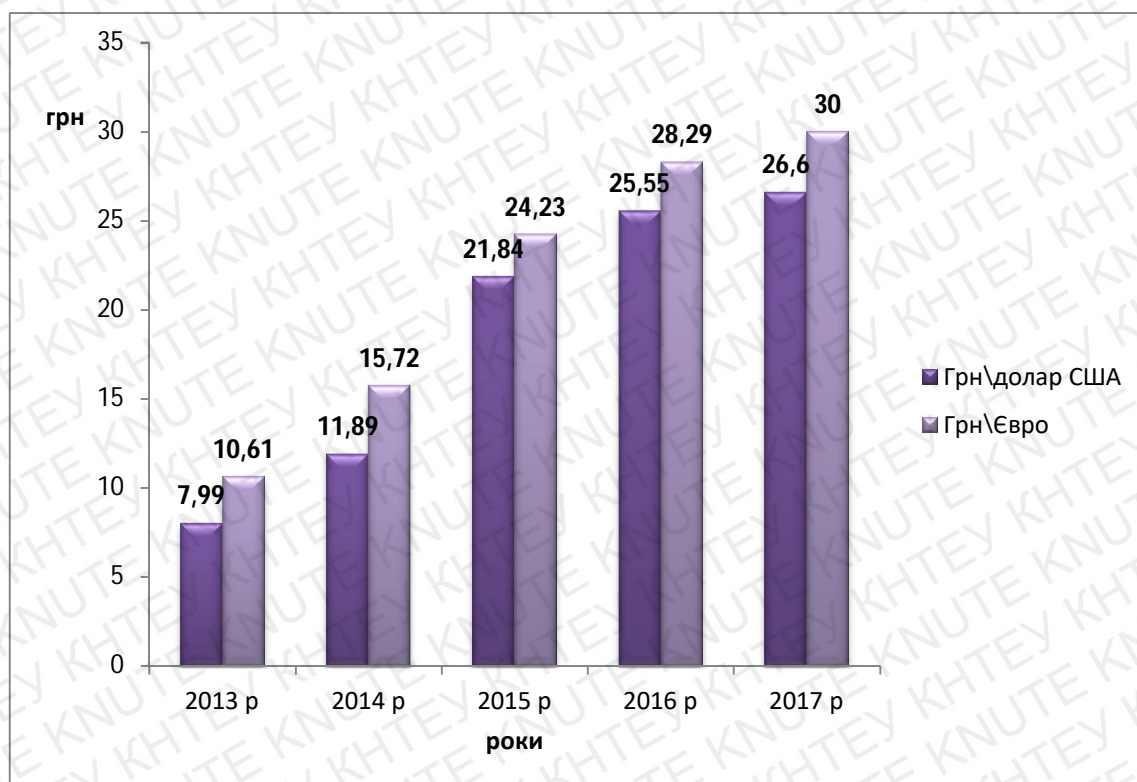


Рис. 2.7. Динаміка курсу гривні до долара США та євро у 2013 – 2017 рр.

Джерело: досліджено автором за [63]

Протягом останніх 5-ти років курс євро виріс трохи менше ніж у 3 рази (з 10,61 до 30,00 грн./євро), а курс долара США – у 3,3 рази (з 7,99 грн./долар до 26,5 грн./долар), що дозволило підприємству отримувати більші обсяги чистого доходу в національній валюті, але, нажаль, дане зростання не допомогло підприємству уникнути збитків, яке воно зазнало. Хоча і не можна заперечувати, що така динаміка валютного курсу справила позитивний вплив на результати підприємства.

Як зазначалося, до факторів, що впливають на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», належить також конкуренція на українському ринку соків. Наразі на вітчизняному ринку займаються виробництвом соків приблизно 179 продовольчих підприємств та заводів, розміщених по всій території України. Така конкуренція обумовлює необхідність

пошуку підприємствами можливостей активізувати поставки на зовнішні ринки, оскільки попит всередині країни обмежений, що, відповідно, справляє позитивний вплив на здійснення експортної діяльності підприємства та, відповідно, формування експортної стратегії. До основних конкурентів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» в Україні на 2017 рік відносять: Т.В. Fruit, Pepsi Co, Кока-кола Бевереджис Україна, СП «Вітмарк-Україна», Росинка. Дані компанії є також і основними експортерами на продовольчому ринку (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Аналіз конкурентного середовища ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» в Україні за 2018 р.

| Місце | Компанія | Торгові марки | Частка на ринку, % |
|-------|------------------------------------|---|--------------------|
| 1 | Pepsi Co | ТМ «Сандора»; ТМ «Сандора Ексклюзив»; ТМ «Сандора Мультиактив»; ТМ «Сандора Класика»; ТМ «Сандорик»; ТМ «Дар»; ТМ «Садочок» і «Садочок» Морс | 38 % |
| 2 | СП «Вітмарк-Україна» | Jaffa Соковита Чудо-Чадо Наш сік Прямо сік | 24% |
| 3 | Т.В. Fruit | Galicia | 17 % |
| 4 | Кока-кола Бевереджис Україна | Rich Rich Kids Добрий | 7 % |
| 5 | ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» | Соки ТМ «Моя сім'я» Неектари ТМ «Моя сім'я» соки ТМ «ДА» нектари ТМ «ДА» соки ТМ «Берегівський консервний завод» нектари ТМ «Берегівський консервний завод» | 0,8 % |

Джерело: досліджено автором

У 2011 році почали функціонувати потужності корпорації Т. Б. Фрукт, який випускає напої під брендом Галичини. Компанія випускає соки з концентрату,

пюре, соки прямого віджиму, а також заморожені фрукти та овочі. Сьогодні на території України працюють 7 заводів по переробці. Продукція відповідає міжнародним стандартам ISO 9001: 2008.

З самого початку ТОВ "Сандора" було повністю українським підприємством, але в 2007 році всі акції викупили компанії PepsiAmericas і PepsiCo. Сьогодні материнська компанія "Сандори" вважається PepsiCo, яка поставляє на українські приналежності соки, сокову продукцію та газовані напої.

Кока-Кола Бевережис Україна входить до складу Cola-Cola Hellenic Group. Продукція компанії представлена трьома брендами: Rich, Rich Kids і «Добрий».

З 1994 року холдинг «Вітмарк-Україна» виробляє соки та газовані напої. Спочатку поставляла на ринок продукцію під брендом Jaffa, потім портфель марки поповнився «соком в білому пакеті» - «Нашим соком», що виробляється на Одеському консервному заводі дитячого харчування. Слід зауважити, що дана четвірка конкурентів контролює понад 80 % сокового ринку в Україні.

Не слід забувати і про основних конкурентів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на ринку ЄС. Так, до основних конкурентів на європейському ринку у 2017 р. (частка яких складає близько 77 % на європейському ринку) можна віднести: Parle Agro India Pvt. Ltd, Pepsi Co, Pioneer Food, Minute Maid (Coca-Cola Company) (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Аналіз основних конкурентів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на ринку соків ЄС у 2017 р.

| Місце | Компанія | Торгові марки | Частка на ринку, % |
|-------|---------------------------------------|---|--------------------|
| 1 | Pepsico | Tropicana | 27 % |
| 2 | Minute Maid (Coca-Cola Company) | Minute Maid Deli, Soft Drink, Splash, Hi C, Bibo | 21% |
| 3 | Pioneer Food | Ceres | 17% |
| 4 | Parle Agro India Pvt. Ltd | Frooti | 12% |

Джерело: досліджено автором за [65]

В умовах жорсткої конкуренції, всі підприємства прагнуть досягти найкращої якості продукції, згідно стандартизації і специфікації України, розвинути свою мережу та залучити нових покупців.

Не останню роль відіграє розвиток маркетингу і менеджменту на підприємстві. Розповсюдження інформації про товари та інновації, за допомогою реклами СМІ, відіграє не останню роль у залученні нових клієнтів та відкриття нових можливостей. Одна й та сама продукція різних заводів суттєво відрізняється за своїми характеристиками, щоб порівняти аналогічну продукцію, та зробити висновок про рівень конкурентоспроможності як товару так і підприємства в цілому, необхідно визначити ряд характеристик та технічних параметрів продукції, таких як якість, унікальність, надійність, ціна і т.д. Оцінювання параметрів ведеться по 5-ти бальній системі (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2017 р.

| Продукт | ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» | Т.В. Fruit | Pepsi Co | Кока-кола Бевереджис Україна | СП «Вітмарк-Україна» |
|---------------------------------------|-------------------------|------------|----------|------------------------------|----------------------|
| 1. Продукт | | | | | |
| Якість | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Технічні параметри | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Популярність | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 2. Ціна | 5 | 1 | 2 | 4 | 3 |
| 3. Канали розподілу | | | | | |
| Розвиток системи оптових посередників | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Кваліфікація персоналу | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Охоплення ринку | 1 | 3 | 5 | 2 | 4 |
| Розвиток складських площ | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| Система управління запасами | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| Система транспортування продукції | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4. Система комунікацій | | | | | |
| Розвиток реклами | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Індивідуальний продаж | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Презентація товарів | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| Система стимулювання збуту | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| Загальна кількість балів | 40 | 58 | 60 | 59 | 54 |

Джерело: досліджено автором

З даної таблиці можна зробити висновки, що найбільшим конкурентом для ТОВ «ФРУТ МАЙСЕР ФУДС» є Pepsi Co, але Кока-кола Бевереджис Україна та Т.В. Fruit мають теж дуже високі показники по всім характеристикам, що свідчить про сталий розвиток підприємств, відповідність міжнародним вимогам і стандартам Європи, високу якість продукції і освоєний ринок збуту. Дане підприємство значно програє своїм конкурентам майже по всім показникам, за винятком ціни. Низька ціна, якість, технічні параметри є його одними з основних переваг. Всі інші показники йому слід підтягнути.

На сьогодні, іще однією перевагою даного підприємства є те, що більше 70% сировини необхідної для виробництва соків є власного виробництва, адже у власності ТОВ «ФРУТ МАЙСЕР ФУДС» перебуває близько 200 га землі, призначеної для вирощування фруктів та овочів. Проте підприємство імпортує упаковку, постачальником є австрійська компанія SIG Combibloc, яка входить до швейцарського холдингу SIG.

Що стосується збутової діяльності, то для ТОВ «ФРУТ МАЙСЕР ФУДС» через представництво, оптовиків (дистриб'юторів), відділи продажу, торгові дома (великі супермаркети). Товаровиробника цікавить продаж виготовленої продукції за достатньо високими цінами, організація збутового розподілу з використанням збутових стратегій «проштовхування», дослідження ринків збуту, поведінки споживачів, інформування про стан та динаміку потреб і попиту. Натомість споживача цікавить закупівля потрібної продукції за доступними цінами, організація постачальницького розподілу з використанням стратегій «витягування», дослідження виробничих ринків, поведінки товаровиробників, інформування про стан та динаміку пропонування товарів, наявність постачальницьких запасів.

Таким чином, двоїста позиція посередника, що стоїть між виробником і споживачем, а також потреба знайти власну комерційну вигоду становлять основну особливість посередницького маркетингу. Окрім цього, у сфері збуту ТОВ «ФРУТ МАЙСЕР ФУДС» також має значні переваги перед конкурентами, оскільки має можливість здійснювати експортні операції і через збутовий відділ

керуючої компанії разом з іншою продукцією холдингу.

У цілому, можна констатувати, що вплив зовнішнього середовища на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є неоднозначним. З одного боку, сприятлива для експортерів динаміка валютного курсу дозволяє ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» збільшувати обсяги грошових надходжень від експорту. З іншого боку, складна макроекономічна ситуація в країні обумовлює зростання витрат підприємства, що відображається на собівартості виробництва соку, і, відповідно, призводить до втрати готовою продукцією цінних конкурентних переваг при експорті, що сприяло відсутності прибутку підприємства, як засвідчили результати аналізу фінансової звітності.

Аналізуючи все вище сказане, можемо скористатися інструментом аналізу зовнішнього середовища підприємства - PEST-аналізом. Відповідно, PEST – аналіз для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» наведений у табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Аналіз можливостей та загроз зовнішнього середовища експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» із застосуванням PEST – аналізу

| Група факторів | Фактор | Напрямок впливу | Стан фактору |
|----------------|--|-----------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Політичні | Політична нестабільність | - | Військові дії на території України призводять до погіршення міжнародного іміджу України на світовому ринку продовольчої продукції. |
| | Податкове законодавство Зміни в оподаткуванні | +/- | З 1 січня 2014 року знижена ставка податку на прибуток до 18%. 25 грудня 2015 року Верховна Рада України прийняла закон, яким внесла зміни до Податкового кодексу України. 1 січня 2017 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні» від 21 грудня 2016 року № 1797-VIII |
| | Євроінтеграція | + | Україна вступила в новий етап адаптації вітчизняного законодавства до законодавства ЄС, розпочавши переговорний процес з Європейським Союзом щодо укладання нової Угоди про вільну торгівлю з метою подальшого набуття права у безперешкодному пересуванні товарів, послуг, робочої сили та капіталів. Відповідно встановлені квоти для експорту виноградних і яблочних соків які з кожним роком зростають. |

Продовження табл. 2.14

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--|------------------------------------|--|
| | Членство у СОТ | + | Підвищення міжнародного іміджу України на світовому ринку продовольчої продукції. Завдяки лібералізації торгівлі, а також зі зниженням ввізних мит на товари економіка України почала набувати вагомості на світовому ринку. |
| Економічні | Вплив світової фінансово-економічної кризи | - | Під впливом світової фінансово-економічної кризи, значно зменшилося споживання соків, як в Україні так і в світі в цілому. |
| | Збільшення за бюджетом мін. з/п. | + | Мін. з/п з 01.12.2016 – 1600 грн. з 01.01.2017 – 3200 грн. |
| | Загальна економічна ситуація в країні Рівень інфляції | - | Рівень інфляції в Україні за 2017 р. складає 13,7%. Про це повідомляє Державна служба статистики на офіційному сайті |
| | Комунальні тарифи на обслуговування | - | Тенденційне подорожчання комунальних витрат і тарифів на обслуговування. |
| | Кон'юнктура конкретного ринку | - | Жорстка конкуренція на продовольчому ринку, а саме на ринку соків, зростання числа конкурентів |
| | Збільшення рівня безробіття | - | Рівень безробіття (за методологією МОП) – 9,9 % в 2017 р. |
| | Соціальні | Рівень заробітної плати. Мотивація | + |
| Імідж підприємства на міжн. та нац. продовольчих ринках | | - | ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» покищо не зуміло завоювати велику прихильність споживачів даного сегменту ринку |
| Технологічні | Темпи технологічних змін у галузі | - | Нові ідеї у виробництві і сфері якості не можуть ефективно упроваджуватися на підприємствах, оскільки не мають серйозної наукової і експериментальної бази. |
| | Інтенсивність НТП | - | У зв'язку з посиленням світової кризи розвиток НТП у харчовій промисловості призупинився. |
| | Вимоги до кваліфікації працівників | + | Всі працівники, які задіяні в виробництві сокової продукції мають відповідну освіту. На підприємстві працюють тільки кваліфіковані працівники. |

Джерело: складено автором

Розглядаючи фактори внутрішнього середовища, необхідно звернути увагу на такі аспекти як управління, технології та персонал – саме ці три групи чинників є найбільш важливими у процесі нарощування експортних можливостей підприємства. До факторів, які позитивно впливають на формування експортної стратегії дане підприємство можна віднести систему управління підприємством. Досліджуване підприємство входить до групи компаній «Fruit Master Group», що забезпечує виробничі потужності якісною сировиною за оптимальними цінами.

Структура компанії побудована за принципом вертикальної інтеграції, що дозволяє ефективно управляти ланцюжком доданої вартості і зменшує залежність від зовнішніх постачальників сировини. Така політика спрощує управління

собівартістю продукції, що виробляється, та гарантування її високої якості.

ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» активно використовує у своїй діяльності сучасні технології. На виробничому майданчику компанії, встановлено чотири комплексні лінії по виробництву соків, нектарів та напоїв в асептичну картонну упаковку об'ємом 0,2 л.; 0,5 л.; 0,75л.; 1,0л; 2,0л. Кожна з 4-х ліній може виробляти такі формати: - 706 - формат 0,25л.; 0,3л., продуктивністю 1200 л./год. - 307 - формат 1,0л.; 0,75л., продуктивністю 7000л. / год., - 405 - формат 1,5л.; 2,0л.

Розглядаючи персонал як чинник формування експортної стратегії, необхідно відзначити, що дане підприємство приділяє значну увагу кваліфікації працівників, при чому мова йде як про управлінський персонал, так і про працівників, які виконують виробничі функції. Зростання витрат на заробітну плату (із 1980 тис. грн. у 2013 р. до 3306 тис. грн. у 2017 р.) свідчить, що в умовах кризи досліджуване підприємство інвестує кошти у розвиток персоналу.

Наразі на підприємстві працює 83 особи, що на 173 особи менше ніж у 2013 р. При цьому значне скорочення штату відбулося у 2015 році. За досліджуваний період відбулося істотне зростання продуктивності праці (з 305,0 тис. грн./працівника до 550,2 тис. грн./працівника), при цьому найнижчий рівень продуктивності спостерігався у 2013 р. Витрати на оплату праці підприємства зросли відповідно до загальноринкових тенденцій, що, на тлі тенденцій зміни обсягів діяльності, призвело до падіння протягом останніх років рентабельності витрат на оплату праці з 1,49 у 2013р. до -3,56 у 2017 р. (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Аналіз динаміки показників ефективності використання трудових ресурсів
ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за 2013 – 2017 рр.

| Показник | 2013 р | 2014р | 2015р | 2016р | 2017р | Абсолютне відхилення,+/- | | | | | Відносне відхилення,% | | | | |
|--------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Кількість працівників | 256 | 232 | 158 | 113 | 83 | -24 | -74 | -45 | -30 | -173 | 91 | 68 | 72 | 73 | -24 |
| Продуктивність праці, тис. грн/особ. | 305,0 | 373,3 | 411,2 | 531,3 | 550,2 | 68,3 | 37,9 | 120,1 | 18,9 | 245,2 | 122 | 110 | 129 | 104 | 683 |

Продовження табл. 2.16

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|-----|-----|-----|------|
| Витрати на оплату праці, тис. грн | 1980 | 2083 | 1701 | 2697 | 3306 | 103 | -382 | 996 | 609 | 1326 | 105 | 82 | 159 | 123 | 103 |
| Рентабельність витрат на оплату праці | 1,49 | -1,49 | -6,01 | -3,38 | -3,56 | -2,98 | -4,52 | 2,63 | -0,18 | -5,05 | -100 | 403 | 56 | 105 | -298 |

Джерело: розраховано авторами за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Загалом, протягом 2014 – 2015 рр. продуктивність праці зростала швидше за витрати на оплату праці, що вказує на сприятливість політики управління персоналом для формування та забезпечення ефективної експортної стратегії.

Також, елементом оцінки ефективності експортної стратегії є технології та інфраструктура. Кількісно оцінити розглянуті показники можна з використанням коефіцієнта зносу основних засобів. За останні роки відбулося зростання коефіцієнта зносу, що вказує на застарілість використаного обладнання (рис.2.11).

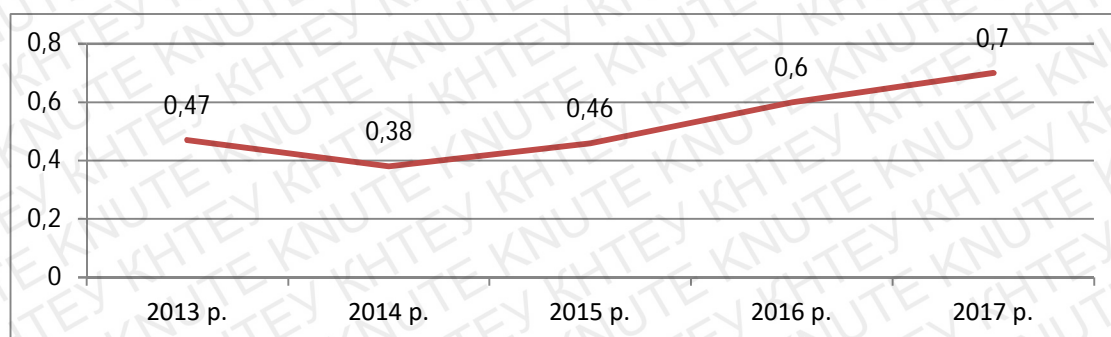


Рис. 2.11. Динаміка коефіцієнта зносу основних засобів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр.

Джерело: досліджено автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Таким чином, можна зробити висновок, що ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» здійснює господарську діяльність, керуючись досвідом вітчизняних та зарубіжних підприємств, що обумовлює позитивний вплив усіх факторів внутрішнього середовища на формування його експортної стратегії. Використовуючи переваги входження до групи компаній «Fruit Master Group».

Проте наявність несприятливих факторів зовнішнього середовища, як показує фінансова звітність, негативно вплинула на діяльність підприємства воно не змогло адаптуватися та максимізувати позитивний вплив на свою діяльність сприятливих чинників. Підтвердженням є наявність збитку за останні 4 роки.

2.3. Оцінка ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на ринку продовольчих товарів

Метою підприємства при виході на зовнішній ринок і здійсненні експортної діяльності є одержання прибутку від експорту. Причому даний прибуток повинен бути більший можливого прибутку при реалізації продукції на внутрішньому ринку, інакше витрати на організацію експортних операцій є недоцільними і неефективними. Необхідною умовою для успішного проведення експортної діяльності є аналіз ефективності експортної стратегії підприємства.

Оцінюючи ефективність експортної стратегії підприємства, необхідно в першу чергу оцінити експортні операції підприємства. Наразі саме експорт забезпечує підприємству основні доходи (у 2017 р. 95 % доходу було сформовано на зовнішніх ринках), при чому переважання доходів від експорту мало місце протягом усього досліджуваного періоду (рис. 2.8).

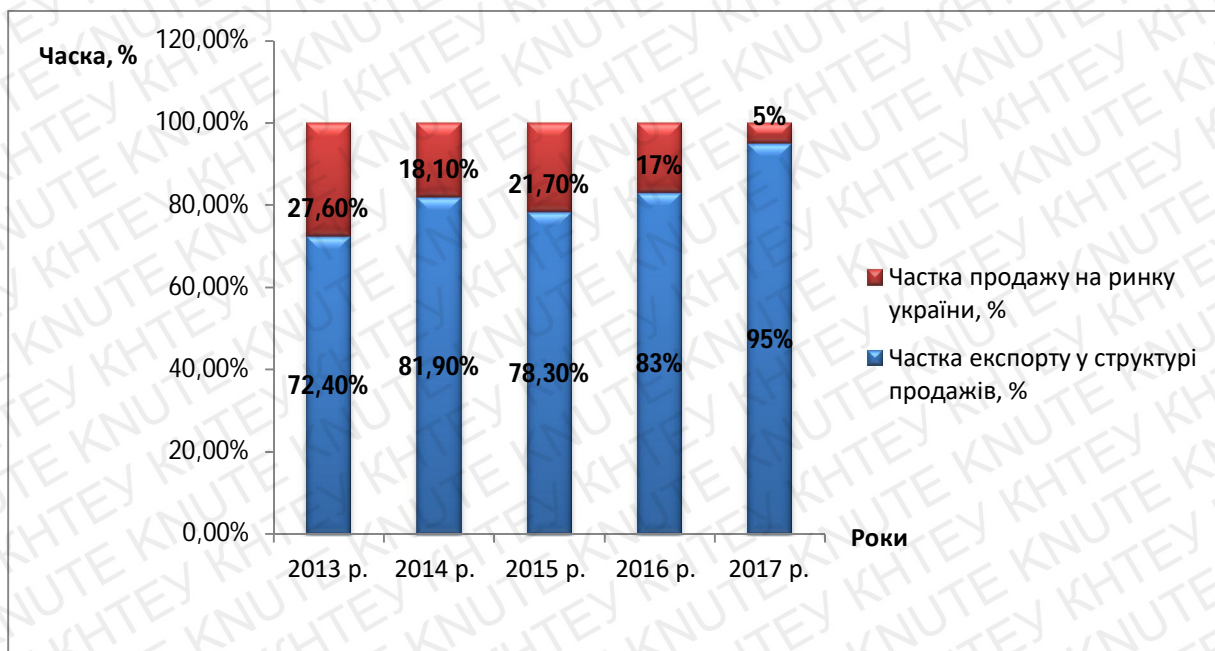


Рис. 2.8. Аналіз динаміки частки експорту ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у загальних обсягах реалізації продукції у 2013 – 2017 рр., %

Джерело: досліджено автором за матеріалами [64]

Як видно з представленого рисунку, частка експорту у структурі доходів не була однаковою протягом усього досліджуваного періоду, втім можна

констатувати, що за винятком 2015 р. спостерігалася тенденція до зростання доходів, отриманих від продажу продукції на зовнішніх ринках (рис. 2.9).

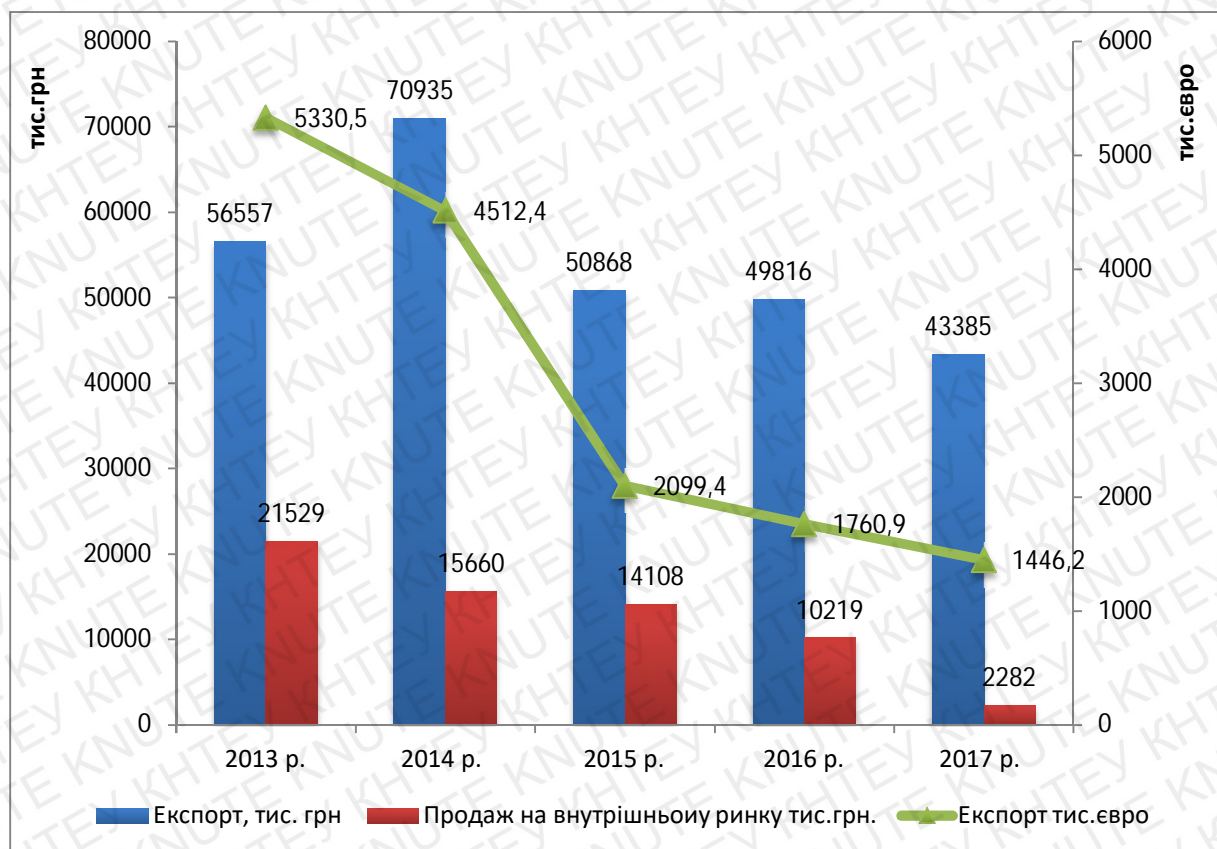


Рис. 2.9. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках у 2013 – 2017 рр.

Джерело: досліджено автором за матеріалами [64]

Обсяги чистого доходу від реалізації продукції на зовнішньому ринку до 2014 р. мали тенденцію до зростання у національній валюті, а в іноземній валюті, вже починаючи 2013 р. мали тенденцію до зменшення. Це пов'язано, насамперед, із знеціненням гривні відносно євро за останні роки. Втім у 2014 р. обсяги поставок за кордон скоротилися – це було обумовлено зменшенням попиту з боку ключових покупців.

Оцінюючи ефективність експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», необхідно також оцінити ресурси, які використовуються для виробництва експортної продукції. Як зазначалося вище, наразі підприємство має повністю завантажені виробничі потужності та власну сировинну базу, яка

максимально відповідає потребам компанії. При цьому, навіть попри це, рівень собівартості у 2014 та 2016 роках мав тенденцію до зростання, що в значній мірі обумовила зменшення рівня ефективності експорту (рис. 2.10).

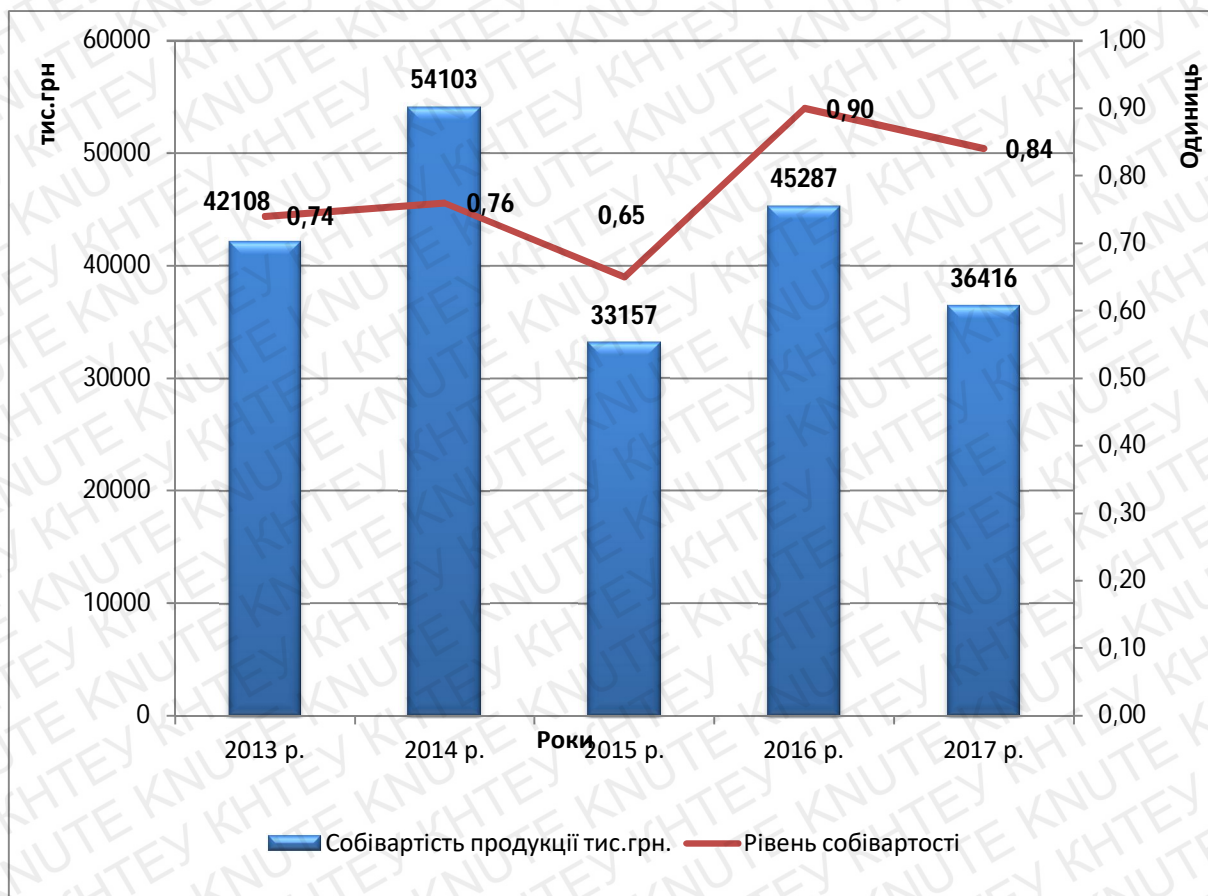


Рис. 2.10. Динаміка собівартості експортної продукції ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр.

Джерело: розраховано автором за [64]

Експортні операції підприємства є ефективними, хоча у 2014 та 2016 роках спостерігалось зменшення коефіцієнта ефективності: помірне у 2014 р. та різке у 2016 р. Так, у 2015 та 2017 роках, мало місце різке зростання рівня ефективності, викликане в тому числі і сприятливою динамікою валютного курсу, а у 2015 р. рівень ефективності був рекордно високим – він склав 1,29, що могло бути викликано і зменшенням собівартості. Наразі основним завданням для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є знаходження шляхів для покращення динаміки попередніх періодів. Лише за умови утримання стабільно високих показників ефективності експортну стратегію можна буде вважати ефективною (табл. 2.15)

Таблиця 2.15

Аналіз динаміки показників ефективності експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр.

| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Чистий дохід від експорту, тис. євро | 5330,5 | 4512,4 | 2099,4 | 1760,9 | 1446,3 | -818,1 | -2413 | -338,5 | -314,64 | -3884,24 | 85 | 47 | 84 | 82 | 27 |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 56557 | 70935 | 50868 | 49816 | 43385 | 14378 | -20067 | -1052 | -6431 | -13172 | 125 | 72 | 98 | 87 | 77 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн. | 42108 | 54103 | 33157 | 45287 | 36416 | 11995 | -20946 | 12130 | -8871 | -5692 | 128 | 61 | 137 | 80 | 86 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 2289 | 2941 | 2082 | 1598 | 976 | 652 | -859 | -484 | -622 | -1313 | 128 | 71 | 77 | 61 | 43 |
| Витрати з доставки експортної продукції до покупця, тис. грн. | 6797 | 7682 | 4165 | 2865 | 1571 | 885 | -3517 | -1300 | -1294 | -5226 | 113 | 54 | 69 | 55 | 23 |
| Рентабельність експорту, % | 134,3 | 131,1 | 153,4 | 110,0 | 119,1 | -3,2 | 22,3 | -43,4 | 9,1 | -15,2 | 98 | 117 | 72 | 1,08 | 89 |
| Ефект експорту, тис. грн. | 5364 | 6209 | 11464 | 66 | 4422 | 845 | 5255 | -11398 | 4356 | -942 | 116 | 185 | 1 | 670 | 82 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 1,10 | 1,09 | 1,29 | 1,00 | 1,11 | -0,01 | 0,2 | -0,29 | 0,11 | 0,01 | 99 | 118 | 78 | 111 | 101 |

Джерело: розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Також, слід зазначити, що відбулося різке зменшення ефекту від експорту у 2016 році (із 11464 тис. грн. у 2015 р. до 66 тис. грн. у 2016 р.), в першу чергу, через значне зростання собівартості експортної продукції (із 33157 у 2015 р. до 45287 тис. грн. у 2016р.). Це вплинуло і на коефіцієнт ефективності експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», який із 1,29 у 2015 р. зменшився до 1,001 у 2016 р.

В свою чергу, не зважаючи на щорічне зростання курсу валют (курсу гривні до євро) у досліджуваного підприємства спостерігається щорічне скорочення чистого доходу від експорту у тис. євро (із 5330, 5 тис. євро у 2013 р. до 1446, 3 тис. євро у 2017 р.).

За результатами аналізу динаміки показників ефективності експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр., потрібно провести факторний аналіз ефективності експортної діяльності, який використовується для комплексного аналізу господарської діяльності, пошуку і класифікації факторів, що впливають на економічні явища і процеси, з виявленням причинно-наслідкових зв'язків, що впливають на зміну конкретних показників господарської діяльності. Розрізняють наступні типи факторного аналізу: детермінований (функціональний) та стохастичний (кореляційний), прямий (дедуктивний) та зворотний (індуктивний), одноступневий та багатоступневий, статичний та динамічний, ретроспективний та перспективний (прогнозний).

Так, при оцінці коефіцієнта ефективності і показника ефекту експорту ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» враховується безліч факторів (Обсяг соку, що експортується (О), контрактна ціна (Ц), динаміка валютного курсу (Р), витрати на стимулювання збуту, тис. грн. (Н) і витрати з доставки експортної продукції тис. грн (Нд), собівартість експортної продукції (З), їх розрахунок дає змогу визначити вплив перерахованих факторів на результат за допомогою використання детермінованого факторного аналізу на основі методу ланцюгових підстановок (табл. 2.17).

Таблиця 2.17

Вихідні дані для факторного аналізу ефективності експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2013 – 2017 рр.

| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 | 2014/ 2013 | 2015/ 2014 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2017/ 2013 |
| Обсяг соку, що експортується, тонн. | 3326,88 | 2533,36 | 1304,31 | 1186,02 | 980,21 | -793,52 | -1229,05 | -118,29 | -205,81 | -2346,67 | 76 | 51 | 91 | 83 | 29 |
| Ціна за 1 л., євро. | 1,6 | 1,8 | 1,6 | 1,5 | 1,5 | 0,2 | -0,2 | -0,1 | 0 | -0,1 | 113 | 89 | 94 | 100 | 94 |
| Курс валюти, грн/євро. | 10,61 | 15,72 | 24,23 | 28,29 | 30 | 5,11 | 8,51 | 4,06 | 1,71 | 19,39 | 148 | 154 | 117 | 106 | 283 |
| Ціна за 1 л. грн. | 17 | 28 | 39 | 42 | 44 | 11 | 11 | 3 | 2 | 27 | 165 | 139 | 108 | 105 | 259 |
| Собівартість експ. продукції, тис. грн. | 42108 | 54103 | 3157 | 45287 | 36416 | 11995 | -50946 | 42130 | -8871 | -5692 | 128 | 6 | 1434 | 80 | 86 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 2289 | 2941 | 2082 | 1598 | 976 | 652 | -859 | -484 | -622 | -1313 | 128 | 71 | 77 | 61 | 43 |
| Витрати з доставки експ. продукції тис. грн. | 6797 | 7682 | 4165 | 2865 | 1571 | 885 | -3517 | -1300 | -1294 | -5226 | 113 | 54 | 69 | 55 | 23 |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 56557 | 70935 | 50868 | 49816 | 43385 | 14378 | -20067 | -1052 | -6431 | -13172 | 125 | 72 | 98 | 87 | 77 |
| Ефект експорту, тис. грн. | 5364 | 6209 | 11464 | 66 | 4422 | 845 | 5255 | -11398 | 4356 | -942 | 116 | 185 | 1 | 6700 | 82 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 1,10 | 1,09 | 1,29 | 1,00 | 1,11 | -0,01 | 0,2 | -0,29 | 0,11 | 0,01 | 99 | 118 | 78 | 111 | 101 |

Джерело: розраховано автором за матеріалами ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

З використанням прийому ланцюгових підстановок проведемо факторний аналіз зміни коефіцієнта ефективності експортної діяльності за допомогою наступної моделі залежності (2.1):

$$K_e = \frac{(O \cdot \Pi)}{3 + H + H_d}, \quad (2.1)$$

де K_e – коефіцієнт ефективності експортної діяльності;

O - обсяг соку, що експортується;

Π - контрактна ціна за 1 л.;

H - витрати на стимулювання збуту, тис. грн.;

H_d - витрати з доставки експортної продукції тис. грн.;

3 - собівартість експортної продукції.

Далі визначаємо вплив кожного з факторів на зміну коефіцієнта ефективності експортної діяльності (табл. 2.18).

Таблиця 2.18

Розрахунок впливу факторів на рівень коефіцієнта ефективності експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС, у 2013-2017 рр., %

| Фактор | 2013 р. | 2017 р. | Алгоритм розрахунку | Результат ΔK_e |
|---|---------|---------|---|------------------------|
| Обсяг соку, що експортується, тон | 3326,8 | 980,2 | $\Delta K_{\text{еоб}} = \frac{O \cdot \Pi_0}{3_0 + H_0 + H_{d0}} - \frac{O_0 \cdot \Pi_0}{3_0 + H_0 + H_{d0}}$ | - 77 |
| Контрактна ціна за 1 л.; | 17 | 44 | $\Delta K_{\text{ец}} = \frac{O \cdot \Pi}{3_0 + H_0 + H_{d0}} - \frac{O \cdot \Pi_0}{3_0 + H_0 + H_{d0}}$ | 51 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн | 42108 | 36416 | $\Delta K_{\text{есб}} = \frac{O \cdot \Pi}{3 + H_0 + H_{d0}} - \frac{O \cdot \Pi}{3_0 + H_0 + H_{d0}}$ | 10 |
| Витрати з доставки екс. продукції, тис. грн | 2289 | 976 | $\Delta K_{\text{едст}} = \frac{O \cdot \Pi}{3 + H + H_{d0}} - \frac{O \cdot \Pi}{3 + H_0 + H_{d0}}$ | 4 |
| Витрати на стимул. збуту тис. грн.. | 6797 | 1571 | $\Delta K_{\text{езбт}} = \frac{(O \cdot \Pi)}{3 + H + H_d} - \frac{(O \cdot \Pi)}{3 + H + H_{d0}}$ | 13 |
| Разом | - | | $\Delta K_e = \Delta K_{\text{еоб}} + \Delta K_{\text{ец}} + \Delta K_{\text{есб}} + \Delta K_{\text{едст}} + \Delta K_{\text{езбт}}$ | 1 |

Джерело: розраховано автором

Ефективність експортної стратегії у 2017 році у порівнянні з 2013 р. зростає лише на 1 %. Так, негативно вплинуло на значення ефективності експортної діяльності значне скорочення обсягів виробництва соку із 3326,8 тис. грн. у 2013 р. до 980,2 тис. грн. у 2017 р. (у 3,4 рази). Проте даний негативний вплив обсягу виробництва, значно пом'якшують такі фактори, як: ціна соку, витрати пов'язані із доставкою експортної продукції, витрати призначені для стимулювання збуту та собівартість експортної продукції.

Найкраще на ефективність експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» вплинуло зростання ціни за 1 л. соку на зовнішньому ринку (17 грн. за 1 л. у 2013 р. до 44 грн. за 1 л.) у 2,5 рази, це більшою мірою пов'язано із значним зростанням валютного курсу гривні до євро за останні роки.

Не менш позитивно на ефективність експортної діяльності вплинуло скорочення витрат пов'язаних із стимулюванням збуту. Так у 2017 р. вони склали 1571 тис. грн. проти 6797 тис. грн. у 2013 р. (зменшились у 4,3 рази), це у свою чергу також пов'язано із зменшенням обсягів виробництва соку.

Також, в кращу сторону, на ефективність експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» вплинуло зменшення собівартості експортної продукції із 42108 тис. грн. у 2013 р. до 36416 тис. грн. у 2017 р., яке пов'язано із скороченням обсягів виробництва соку, поліпшенням якості устаткування та підвищенням продуктивності праці.

Завершальним фактором, який позитивно вплинув на ефективність експортної діяльності даного підприємства є витрати пов'язані з доставкою експортної продукції. Їхнє скорочення у 2,3 рази (із 2289 тис. грн. у 2013 р. до 976 тис. грн.) теж спричинене, у більшій мірі, скороченням обсягів виробництва соку, призначеного для експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС».

Проаналізувавши вплив кожного із вище зазначених факторів на ефективність експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», можна зробити висновок, що більшість з них вплинули позитивно та своїм впливом перекрили негативне значення обсягу виробництва соку.

Висновки до розділу 2

Проаналізувавши другий розділ даної дипломної роботи, можна зробити наступні висновки:

1. Продовольче ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» являє собою вертикально-інтегрований комплекс, який входить до групи компаній «Fruit Master Group», та спеціалізується на виробництві соків та нектарів. Здійснені розрахунки свідчать, що протягом досліджуваного періоду відбулося погіршення майнового стану, зокрема підвищення рівня залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Негативним є також зниження обсягів виробництва, яке супроводжується зростанням операційних витрат. Чистий прибуток, починаючи з 2014 року, є мінусовим і з кожним роком збитки зростають. Такі тенденції, за умови їх збереження, призводять до погіршення фінансових результатів.

2. ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» здійснює господарську діяльність, спираючись на передовий досвід вітчизняних та зарубіжних підприємств, що обумовлює позитивний вплив усіх факторів (крім фінансових ресурсів) внутрішнього середовища на формування експортної стратегії. Використовуючи переваги входження до складу груп компаній «Fruit Master Group», дане підприємство завжди має можливість повною мірою завантажувати виробничі потужності якісною сировиною та здійснювати експортні операції як самостійно, так і через збутовий відділ груп компаній «Fruit Master Group».

3. Експортна діяльність ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є ефективною. Запаси продукції на складі підприємства є досить значними, що вказує про можливість негайної поставки продукції за замовленням з-за кордону. Окрім цього виробничі потужності підприємства дозволяють йому виробляти значні обсяги соків, достатні для подвоєння обсягів експортних поставок. Для покращення ефективності експортної стратегії підприємства необхідно активізувати збутову політику, акцентуючи увагу на нових ринках, розширювати асортимент експортної продукції, поступово оновлювати виробничі потужності, зокрема впроваджувати енергозберігаючі технології.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

3.1. Визначення перспективних напрямів удосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС».

Загалом, реалізація ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» наданих рекомендацій сприятиме поступовому вдосконаленню експортної стратегії підприємства, вирішенню найбільш проблемних для нього питань та поступовому розширенню експортних операцій (рис .3.1).



Рис. 3.1. Напрями вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Джерело: розроблено автором

Так, до ключових напрямів розвитку експортної діяльності та покращення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» можна віднести розширення асортименту експортних товарів, зокрема шляхом розширення виробництва нектарів, які найбільше користуються попитом на зовнішніх ринках; розширення географії експорту внаслідок реалізації заходів щодо пошуку нових контрагентів та активного стимулювання збуту на освоєних ринках; оновлення основних фондів та впровадження нових технологій у процес виробництва соків, зокрема, використання енергозберігаючого устаткування, використання якого сприяє зменшенню витрат енергоносіїв; вдосконалення роботи з персоналом з метою підвищення продуктивності праці та оптимізації витрат підприємства при виготовленні експортної продукції.

Оцінка ефективності експортної стратегії здійснена у другому розділі роботи, дозволила зробити висновок про високий рівень концентрації експорту як за товарною, так і за географічною ознакою. Таким чином, основним напрямом розвитку експортного потенціалу ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є мінімізація окреслених ризиків.

Наразі ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» пропонує на експорт соки ТМ «Моя сім'я», нектари ТМ «Моя сім'я», соки ТМ «ДА», нектари ТМ «ДА», соки ТМ «Берегівський консервний завод» та нектари ТМ «Берегівський консервний завод», при чому нектари ТМ «Моя сім'я» превалює у структурі поставок на зовнішні ринки.

Спеціалізація до певної межі є корисною для підприємства, втім коли його успіх та результати господарської діяльності на 1/3 залежать від попиту на один товар, ситуація потребує негайної зміни.

ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» може стати також постачальником на зовнішні ринки двох нових товарів: узвар ТМ "Берегівський консервний завод» та плодово-овочева консервація ТМ «Моя сім'я».

Плодово-овочева консервація ТМ «Моя сім'я» порівняно з соком має вищий ступінь обробки, і, відповідно, більш високу ціну, що має справити позитивний вплив на фінансові результати підприємства. Окрім цього деякі види

плодово-овочевої консервації матимуть лікувальні властивості, що в свою чергу, виділить даний товар серед товарів-аналогів на європейському ринку. Адже, відомо, що європейці люблять товари, які покращують стан їхнього здоров'я. Також, введення в асортимент нових товарів дозволить підприємству розширити коло покупців, що також є одним з важливих напрямів підвищення ефективності експортної стратегії.

Наявного устаткування ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» не достатньо для здійснення виробництва плодово-овочевої консервації, а тому підприємству прийдеться понести додаткові затрати, пов'язаних з придбанням додаткового устаткування. Для фінансування оновлення основних фондів необхідно буде залучити банківський кредит строком на 3 роки.

Проте, Узвар ТМ "Берегівський консервний завод» ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» може вироблятися на устаткуванні, яке наразі є у розпорядженні підприємства, змінивши налаштування окремих одиниць техніки. Підприємство у докризовий період здійснювало виробництво узварів та їхній збут на внутрішньому ринку, втім необхідність пошуку партнерів за кордоном для розвитку цього напрямку призвели до поступової відмови від цього напрямку виробничої діяльності.

Безперечно, розширення асортименту саме по собі призведе до значних витрат ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», оскільки необхідно не лише створити новий товар, але також знайти покупця, який буде зацікавлений у його придбанні. Таким чином обов'язковою умовою для успішної реалізації першої з наданих пропозицій є активізація збутової діяльності даного підприємства на зовнішніх ринках.

Нині витрати на збут ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» мають спадну динаміку, що, з одного боку, можна виправдати необхідністю мінімізувати видатки. Втім саме від якості збутової політики значною мірою залежить успіх будь-якого підприємства на ринку, таким чином ця стаття витрат є однією з тих, що в будь-якому випадку має фінансуватися навіть за умови наявності жорсткої економії.

Значну частину функцій, пов'язаних зі стимулюванням збуту продукції ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на зовнішніх ринках взяла на себе керуюча компанія холдингу, до складу якого входить підприємство, проте на мій погляд доцільним є також проведення самостійної маркетингово-збутової компанії власне ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», оскільки для споживачів, які здійснюють купівлю продуктів харчування, фактор співпраці безпосередньо з виробником продукції відіграє важливу роль.

Традиційним інструментом стимулювання збуту на ринку продовольчих товарів є участь у міжнародних виставках, де представлені найбільш успішні компанії сектору. Саме на міжнародних виставках підприємства мають можливість познайомити потенційних покупців зі своєю продукцією, розказати про процес виробництва, переваги представлених товарів. Окрім цього, участь у міжнародних виставках дає можливість самостійно оцінити позиції конкурентів, визначити їх конкурентні переваги і, відповідно, вдосконалити власну конкурентну стратегію. Таким чином першочерговим завданням для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є активна участь у міжнародних виставках, особливо у потенційних країнах-імпортерах.

Для підвищення результативності участі у міжнародних виставках підприємству доцільно сформувати якісну рекламну продукцію – буклети, каталоги, рекламні проспекти, які можна буде розповсюджувати на виставках. Роздаткові матеріали підприємства повинні містити не лише товарознавчі характеристики соку, який пропонує на зовнішні ринки ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», але також детальну інформацію про сировину, яка використовується для виробництва соку, про технологічні процеси та виробничі потужності, на яких здійснюється виробництво. Потенційний покупець соку та нектарів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» повинен бачити, яку саме продукцію він купує, і чим більшою інформацією він володітиме, тим більш вірогідним буде його вибір на користь співпраці з підприємством.

Окрім інформаційних матеріалів для стимулювання збуту продукції ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» доцільно також пропонувати відвідувачам виставок

познайомитися зі зразками продукції. Також для тих клієнтів, які зацікавилися товаром, доцільно запровадити практику семплінгу – тобто поставки незначної кількості продукції для її тестування.

Зазвичай умови семплінгу передбачають, що покупець оплачує вартість пробної партії за умови, якщо він не здійснює замовлення. У випадку, коли після тестування продукції укладається угода на поставку, вартість пробної партії залишається збутовою витратою продавця.

Сьогодні значна частина компаній у світі, у тому числі тих, які працюють у харчовій промисловості, використовує семплінг, таким чином можна констатувати ефективність цього інструменту стимулювання збуту. В умовах, коли пошук нових покупців є пріоритетом підприємства, впровадження цієї рекомендації у практику ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» може стати вагомим засобом розвитку його експортної діяльності.

Бюджет маркетингу «Fruit Master Group» є досить високим, і за умови його перерозподілу в контексті підвищення рівня збутової автономії ТОВ «ФРУТМАЙСТЕР ФУДС» реалізація наданих нами рекомендацій не вимагатиме від даного підприємства відволікання власних коштів від інших напрямів діяльності.

Здійснений нами аналіз експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» дозволив виявити, що протягом останніх років збільшився рівень собівартості експортної продукції, що було пов'язано у тому числі зі збільшенням тарифів на енергоресурси та витрат на оплату праці. Таким чином одним із напрямів покращення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є встановлення енергозберігаючого устаткування, використання якого дозволить мінімізувати витрати підприємства, тим самим підвищивши обсяг власного капіталу та чистого прибутку.

До заходів, які сприятимуть зниженню рівня собівартості продукції ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» належить переведення устаткування на енергозберігаючий режим, цей захід може бути покладений в основу процесу посилення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»,

адже дозволить зменшити витрати.

Важливим напрямом активізації експорту має стати надання знижок постійним клієнтам ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС». Сьогодні підприємство практично не використовує знижки, а усі клієнти ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» купують продукцію на рівних умовах. Така ситуація провокує ризики втрати наявних покупців та зменшення ймовірності появи нових, оскільки вони можуть переорієнтуватися на купівлю сокової продукції у інших постачальників, які для розширення обсягів свого збуту можуть запропонувати їм більш вигідні умови купівлі.

Використання знижок покликане зацікавити клієнтів продовжувати співпрацю, і її застосування має створити взаємовигідні умови для обох сторін угоди. Система знижок даного підприємства має бути побудована таким чином, щоб, з одного боку, зацікавити нових клієнтів, з іншого – утримати існуючих, і при цьому забезпечити для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» плановий рівень ефективності експорту.

Таким чином, слід запропонувати підприємству використовувати знижки для нових клієнтів – у розмірі 5%, та знижку за обсяги закупівлі/тривалість співпраці – у розмірі 8% для тих покупців, які зробили замовлення на більш ніж 300 тис. євро або безперервно співпрацюють з ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» протягом 5-ти років.

Знижка для нових клієнтів дозволить підприємству залучити нових партнерів, які, зробивши перше замовлення, матимуть змогу оцінити переваги продукції ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», і прийняти для себе рішення про доцільність подальшої співпраці. Знижка для постійних клієнтів дозволить підвищити їх лояльність, збільшити обсяги збуту та сприятиме мінімізації ризиків втрати ринків збуту.

Важливу роль у процесу розвитку експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» має відігравати також вдосконалення роботи з персоналом. На досліджуваному підприємстві нині працює понад 80 осіб, при чому переважна частина з них – це технічний персонал, який фактично забезпечує безперебійне

виробництво сокової продукції.

Процес оптимізації витрат на оплату праці на виробничих підприємствах є вкрай складним, оскільки фінансові результати підприємства у більшій мірі залежать від управлінських рішень керівної ланки, а не від дій працівників виробничих підрозділів. Втім, дослідження свідчать, що найбільш талановиті керівники - це фахівці з досвідом роботи на виробництві, таким чином для забезпечення оптимальних результатів підприємству доцільно запровадити практику формування кадрового резерву, до якого зможе подати свою кандидатуру кожен працівник виробничого підрозділу, який у перспективі хоче розвиватися як фахівець у цій компанії.

Кадровий резерв сприятиме поступовому скороченню витрат часу на пошук нових працівників, оскільки оптимальну кандидатуру у разі необхідності можна буде обрати з наявного кадрового резерву. Окрім цього, ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» матиме можливість скоротити витрати на навчання та адаптацію персоналу, що призведе до мінімізації витрат, що в свою чергу призведе до підвищення чистого прибутку.

Таким чином, оцінка експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» та аналіз чинників, які впливають на її формування та реалізацію, засвідчили, що наразі підприємство має значні перспективи для експортоорієнтованого розвитку, та вдосконалення діяльності за окремими напрямками, які нині є слабкими сторонами підприємства, сприятиме покращенню його експортних можливостей.

Тому до напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» було віднесено: розширення асортименту експортної продукції за рахунок узвару ТМ "Берегівський консервний завод» та плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я», окремі види якої матимуть і лікувальні властивості; активізація маркетингових заходів, зокрема, участь у міжнародних виставках, збільшення кількості та покращення якості наповнення інформаційних матеріалів підприємства, використання семплінгу та надання знижок новим та постійним клієнтам; впровадження енергозберігаючих технологій з метою зниження рівня собівартості експортної продукції; започаткування практики

формування кадрового резерву, метою якого є оптимізація витрат часу та фінансових ресурсів на пошук, підбір та адаптацію персоналу.

Для вдосконалення експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за усіма окресленими напрямками необхідно реалізувати низку заходів, які вимагатимуть значних управлінських та фінансових ресурсів. В свою чергу, впровадження всіх вище перелічених рекомендацій дане підприємство має здійснювати поступово.

Так, пріоритетом для досліджуваного підприємства є впровадження заходів, які дозволять розширити його асортимент та розширити число контрагентів даного підприємства, оскільки ці пропозиції спрямовані на мінімізацію ризиків ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС». Решта пропозицій мають реалізуватися за наявності у даного підприємства фінансових можливостей, оскільки впровадження заходів з підвищення ефективності експортної стратегії не повинно негативно вплинути на фінансовий стан ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», а тому підприємству слід звернутися за додатковими фінансовими ресурсами до «Fruit Master Group».

Зважаючи на те, що на нинішньому етапі ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» має ефективну експортну стратегію, слід концентрувати свої продажі саме на зовнішньому ринку, оскільки закордоном продукція підприємства більш користується попитом ніж на внутрішньому ринку. Відповідно і прибуток формується в основному із надходжень з-за кордону. Також, як вже зазначалося, впровадження окремих видів плодово-овочевої консервації з наявними лікувальними властивостями, лише підвищить попит на цей продукт на європейських ринках.

А тому вдосконалення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» вимагає не докорінних змін, а лише корегувальних заходів, впровадження яких позитивно позначиться на результатах діяльності даного підприємства та його позиціях на зовнішніх ринках.

3.2. Обґрунтування ефективності заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства на продовольчому ринку

Серед розглянутих нами напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», пріоритетним вважаємо розширення асортименту продукції за рахунок включення до номенклатури експортних товарів узвару ТМ "Берегівський консервний завод» та плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я». Зважаючи на те, що устаткування для виробництва узвару на підприємстві наявне, увагу доцільно сконцентрувати на оцінці ефективності розширення асортименту за рахунок плодово-овочевої консервації.

Плодово-овочева консервація ТМ «Моя сім'я» має більший ступінь обробки ніж сік. При виробництві даної продукції, важливим етапом після заливання і закупорювання банки з маринадом є завантаження у автоклави для стерилізації чи пастеризації. Далі одержані консервації охолоджують готовою водою та направляють на етикетування та маркування. Готові консервації відправляють на спеціальні склади –сухі, чисті, темні і добре вентильовані.

Технологія виробництва плодово-овочевої консервації свідчить, що для реалізації наданої рекомендації підприємству, необхідно закупити автоклави для стерилізації чи пастеризації та закупорювальні машини. Наразі усе необхідне устаткування пропонує українське ПАТ «Барський машзавод» розміщене у м. Бар Вінницької обл.. Обладнання для виробництва соків, яке використовується ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» також було поставлене цією компанією, тому дана компанія є перевіреним постачальником.

Оціночна вартість закупівлі обладнання для виробництва плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я – 1,2 млн грн. Для фінансування оновлення основних фондів необхідно буде залучити банківський кредит строком на 3 роки – у таких умовах вартість капіталу для підприємства буде оптимальною. При цьому 30% коштів підприємством буде вкладено за рахунок коштів «Fruit Master Group», таким чином, зважаючи, що рентабельність власного капіталу

підприємства складала у 2017 р. 1,9%, а вартість позикового капіталу – 18,5%, що в умовах українського ринку є надзвичайно вигідним.

З огляду на те, що тривалість проекту складає 3 роки, за цей час підприємству необхідно буде виплатити 0,84 млн. грн. самого кредиту, а також відсотки за користування кредитними ресурсами (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Графік обслуговування боргу на придбання устаткування для виробництва плодово-овочевої консервації ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на 2018-2020 рр., млн. грн.

| Рік | Початковий баланс, млн. грн. (ОБ) | Виплати | | | Кінцевий баланс, млн. грн. (ЗБ) |
|------|-----------------------------------|------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|
| | | Всього, млн. грн. (ЩВ) | Проценти (18,5%), млн. грн.(П) | Основна частина боргу, млн. грн. (ОЧБ) | |
| 2018 | 0,84 | 0,435 | 0,155 | 0,28 | 0,56 |
| 2019 | 0,56 | 0,384 | 0,104 | 0,28 | 0,28 |
| 2020 | 0,28 | 0,332 | 0,052 | 0,28 | 0 |

Джерело: розраховано автором за методикою [66]

Як видно з представленої таблиці, загальний обсяг відсотків за користування кредитом складе 311 тис. грн., що для досліджуваного підприємства є посильним. Значного впливу на фінансові результати ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» такі додаткові фінансові витрати не справлять, що можна вважати додатковим аргументом на користь реалізації наданої пропозиції.

Даний графік обслуговування боргу був складений за методикою Коваленко Л.О [66] виконання розрахунків та складання графіку обслуговування боргу. За цією методикою розраховуються наступні показники:

1. Сума виплат по кредиту і-го періоду підприємства визначається за формулою (3.1.):

$$BK_i = OЧБ_i + П_i, \quad (3.1.)$$

де BK_i — виплати по кредиту i -го періоду, грн;

$OЧБ_i$ — основна частина боргу i -го періоду, грн;

$П_i$ — обсяг відсотків i -го періоду, грн.

2. Обсяг відсотків по кредиту i -го періоду розраховується за формулою (3.2):

$$П_i = OБ_i \cdot BC, \quad (3.2)$$

де $П_i$ — обсяг відсотків i -го періоду, грн;

$OБ_i$ — обсяг основного боргу на початок i -го періоду, грн.;

BC — вартість позикового капіталу, %

3. Основна частина боргу i -го періоду, розраховується за формулою (3.3):

$$OЧБ_i = SK / КП \quad (3.3.)$$

де $OЧБ_i$ — основна частина боргу i -го, грн.;

SK — сума кредиту, грн.;

$КП$ — кількість періодів погашення.

4. Залишок основного боргу на кінець i -го періоду розраховується за формулою (3.4):

$$ЗБ_i = OБ_i - OЧБ_i, \quad (3.4.)$$

де $ЗБ_i$ — залишок основного боргу на кінець i -го періоду, грн;

$OБ_i$ — обсяг основного боргу на початок i -го періоду, грн.;

$OЧБ_i$ — основна частина боргу i -го, грн..

За умови закупівлі нового устаткування на початку 2018 р., ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» матиме змогу отримати дохід від реалізації плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я» лише у кінці 2020 року, оскільки підприємство за останні роки було збитковим. Розрахунки прогнозних обсягів грошового потоку свідчать, що чистий грошовий потік для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» буде додатним лише у 2020 р., таким чином лише через 3 роки після закупівлі устаткування та налагодження виробництва впровадження наданої рекомендації справить позитивний вплив на фінансові результати

підприємства, що спричинено наявністю значного збитку у 2017 році (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Прогноз грошових потоків від придбання устаткування для виробництва
плодово-овочевої консервації ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»
на 2018-2020 рр., млн. грн.

| № п/п | Показники | Роки | | |
|-------|-------------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | ЕВІТДА | -3,78 | -0,05 | 1,27 |
| 2 | Амортизація | 0,82 | 0,82 | 0,82 |
| 3 | ЕВІТ | -4,6 | -0,77 | 0,45 |
| 5 | Робочий капітал | - | - | - |
| 6 | Залишкова вартість основних засобів | - | - | - |
| 7 | Виплата основної частини боргу | 0,28 | 0,28 | 0,28 |
| 8 | Чистий грошовий потік | -4,88 | -1,05 | 0,17 |

Джерело: розраховано автором за методикою [66]

Здійснення прогнозу грошових потоків від придбання устаткування здійснювалось також за Коваленко Л.О., що передбачає використання наступних формул:

1. Показник ЕВІТДА розраховується за формулою (3.5):

$$= + , \quad (3.5.)$$

де ЕВІТДА – аналітичний показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань, грн;

ЕВІТ – аналітичний показник, який дорівнює обсягу прибутку до вирахування відсотків за позиковими коштами і сплати податків (фінансовий результат до оподаткування), грн.;

А — амортизація, грн..

2. Відповідно, чистий грошовий потік розраховується за формулою (3.6.):

$$\text{ЧГП} = \text{--- ОЧБ}, \quad (3.6.)$$

де ЧГП – Чистий грошовий потік, грн;

ЕВІТ – аналітичний показник, який дорівнює обсягу прибутку до вирахування відсотків за позиковими коштами і сплати податків (фінансовий результат до оподаткування), грн.;

ОЧБ — виплата основної частини боргу, грн.

Таким чином, чистий грошовий потік у першому році складатиме -4,88 млн. грн, у другому – 1,05 млн. грн, у третьому – 0,17 млн грн. Це вказує на перспективність купівлі устаткування для виробництва плодово-овочевої консервації, оскільки підприємство перестає отримувати збитки вже на третій рік від впровадження у життя даної рекомендації.

Так, даному підприємству доцільно брати участь у виставках, які розміщені у різних країнах, оскільки це підвищить вірогідність розширення географії експортних операцій (табл. 3.3).

Таблиця 3.3.

Перелік виставкових заходів для участі
ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДСЧ» у 2019 р.

| Назва виставкового заходу | Термін проведення | Місце проведення/ організатор | Цільова аудиторія | Вартість участі |
|---------------------------|-------------------|----------------------------------|--|----------------------------|
| ANFAS Food Product 2019 | 16 -19 січня | Турція, Анталія | Учасники: 178 підприємств з 35 країн | Інформація наразі відсутня |
| Saveurs & Metiers 2019 | 27-29 січня | Бельгія, Намюр | Інформація наразі відсутня | Інформація наразі відсутня |
| Ukainian Food Expo | Грудень 2019 | Україна, Київ | Учасники: 5000 підприємств із 50 країн світу | Інформація наразі відсутня |
| Anuga 2019 | 5-9 жовтня | Німеччина, Кельн | Учасники: 7405 підприємств з 43 країн | Інформація наразі відсутня |
| IFE 2019 | 17-20 березня | Великобританія, Лондон | Представники понад 500 аграрних компаній з усіх регіонів світу | Інформація наразі відсутня |
| TuttoFood 2019 | 06-09 травня | Італія, Мілан | Виробники продуктів харчування та напоїв | Інформація наразі відсутня |

Джерело: сформовано автором за [67]

Перевагою ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є те, що участь у міжнародних виставках не вимагає від підприємства здійснення витрат, пов'язаних із транспортуванням до місця проведення заходу устаткування. Для участі у конференції достатньо взяти з собою друковані рекламні матеріали, зразки продукції, а також презентації з інформацією про діяльність підприємства на електронних носіях. Також на міжнародних виставках можна познайомитись із потенційними підприємствами-імпортерами нашої продукції та домовитись з ними по співпраці. На даних виставках досліджуване підприємство зможе оцінити продукцію конкурентів, дізнатись про нові технології виробництва та, відповідно, реалізувати отриманий досвід у своїй експортній діяльності.

Повертаючись до питання формування рекламних матеріалів, вважаємо, що вони можуть бути розроблені у межах існуючого бюджету підприємства, оскільки на підприємстві є фахівці, спроможні створити якісний макет інформаційного документа, і кошти на друк таких матеріалів виділяються, тому додаткових витрат тут не буде.

Таким чином, до видатків ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», пов'язаних з участю у міжнародних виставках, належатимуть витрати на відрядження працівників та оплата реєстраційного внеску і оренди мінімального стенду. З огляду на поточні обсяги господарської діяльності підприємства такі витрати є для підприємства посильними.

Наразі рівень собівартості експортної продукції є надзвичайно високим, що має бути аргументом для керівництва ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» для проведення переговорів з топ-менеджментом керуючої компанії щодо встановлення енергозберігаючого устаткування. Поступова заміна устаткування в умовах значного збільшення вартості електроенергії може стати для підприємства основою для подальшого нарощування експортної діяльності. У цілому застосування енергоефективного технологічного обладнання економить від 10 до 80% енергії. Наприклад, холодильне обладнання, із застосуванням: регульованих гвинтових компресорів; контролюючою системою управління; термостатами з

індикацією і точним виставленням температури; ефективною теплоізоляцією. Грамотна економія електроенергії на підприємстві є одним з важливих методів зниження витрат на виробництво.

До заходів, необхідність імплементації яких була обґрунтована нами у попередньому параграфі, належить також створення на ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» кадрового резерву. Виконання цього заходу має бути покладене на відділ кадрів підприємства, з огляду на наявність у його працівників даних щодо кожного з працівників, його освіти і досвіду роботи, а також досягнень на підприємстві.

Кадровий резерв являє собою попередньо відпрацьовану інформацію про тих працівників, які мають бажання розвиватися та будувати кар'єру на підприємстві. Для працівників може бути дві можливості потрапити до кадрового резерву: самостійно заповнити заявку або бути номінованим керівництвом.

Перший етап, тобто формування бази даних кандидатів до кадрового резерву, має займати 2-3 місяці, після чого відділ кадрів має провести аналіз відповідності кожного з претендентів вимогам ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС». З тими працівниками, які відповідають формальним критеріям, мають бути проведені співбесіди, до яких повинні бути залучені як працівники відділу кадрів, так і керівники підприємства. Ті працівники, які успішно пройдуть співбесіду, повинні бути внесені до кадрового резерву, їх кандидатуру мають розглядатися у першу чергу за наявності вакантної посади на підприємстві.

Формування кадрового резерву створить ряд переваг як для працівників ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», так і для керівництва. Працівники матимуть реальну можливість розвиватися та будувати кар'єру, окрім цього, внесення до кадрового резерву саме по собі може підняти самооцінку персоналу підприємства, що є важливим інструментом нематеріального мотивування.

Керівники підприємства за умови формування кадрового резерву отримують можливість мінімізувати витрати, пов'язані з навчанням нових працівників та їх адаптацією на новому місці. Також, перевагами внутрішнього

кадрового резерву є те, що резервіст добре знайомий з організацією, її структурою, корпоративною культурою, має особисті контакти з колегами по роботі, менш схильний до переманювання в інші компанії.

Таким чином, надані нами пропозиції вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» стосуються усіх сфер діяльності підприємства та вимагатимуть узгодженої роботи усіх підрозділів підприємства. Логічна послідовність наданих нами рекомендацій представлена на рис. 3.2.

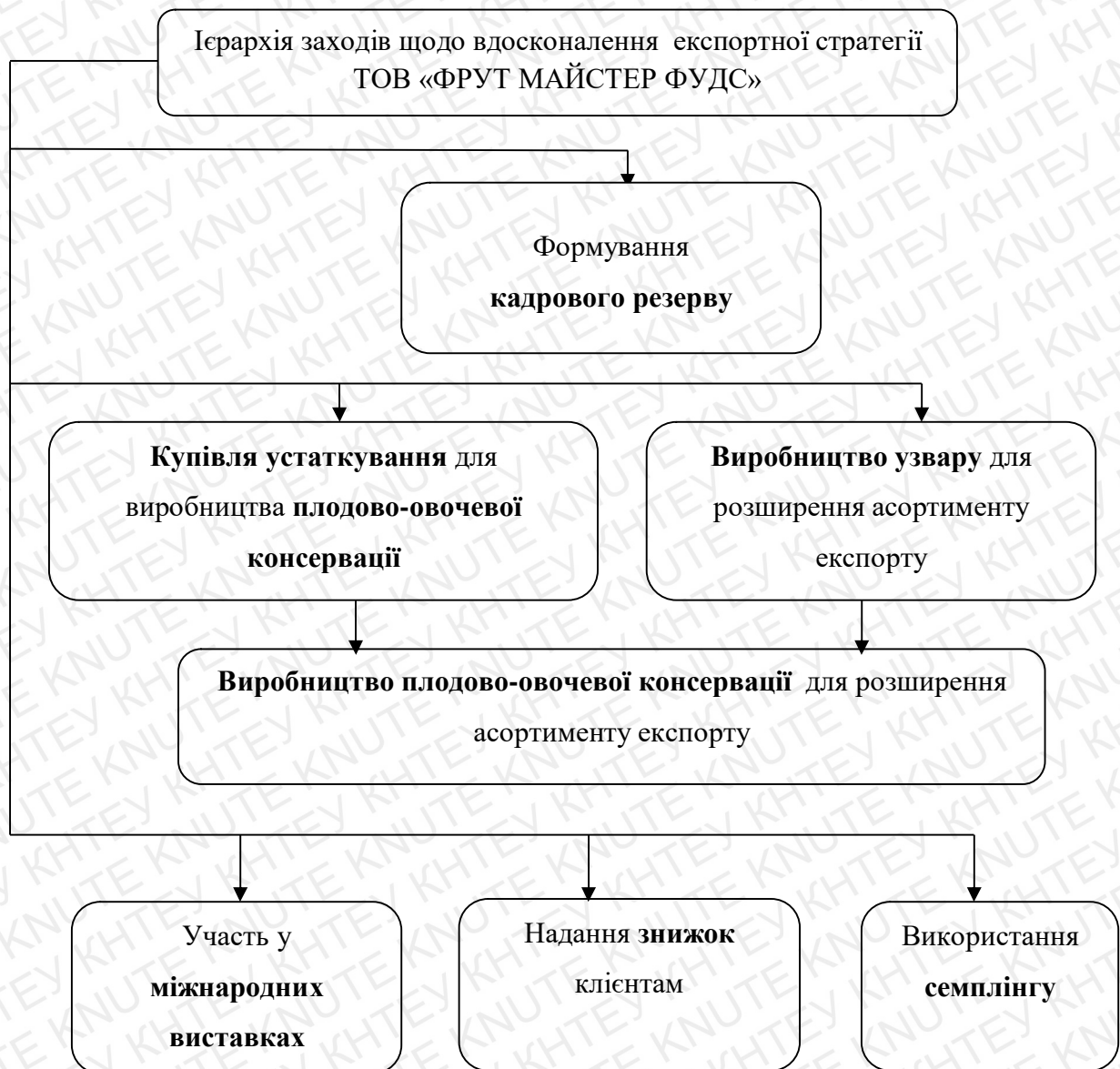


Рис. 3.2. Послідовність заходів щодо вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

Джерело: складено автором

Щоб розвивати зовнішньоекономічну діяльність з одночасним вдосконаленням експорту за рахунок зростання обсягів продажів, необхідно розробити експортну стратегію.

При розроблені пропозицій вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТР ФУДС» було обрано стратегію диференціації на основі впровадження нових різновидів продукції, що у свою чергу, обґрунтовано аналізом цілей експортної діяльності даного підприємства (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Аналіз цільових факторів експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС»

| Цільові фактори | Цілі експорту | |
|---|---------------------------------|-------------------------|
| | Розширення ринку збуту (так/ні) | Диверсифікація (так/ні) |
| Активність зарубіжного конкурента і його успіх на ринку | ні | так |
| Подолання залежності від внутрішнього ринку | так | так |
| Завантаження вільних потужностей | ні | так |
| Зниження затрат | ні | так |
| Використання державних програм сприяння | так | ні |
| Підвищення ефективності збуту | так | так |
| Компенсація коливань валютного курсу | ні | так |
| Забезпечення довгострокового успішного збуту | так | так |
| Зниження загального ризику | ні | так |
| Вивільнення висококваліфікованого кадрового персоналу | так | так |
| Стабілізація цінової політики | так | так |

Джерело: складено автором за [26]

Розробляючи експортну стратегію, необхідно враховувати розділи плану, представлені в табл. 3.5

Таблиця 3.5

Документування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на ринку продовольчих товарів

| Назва | Зміст | Призначення |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Резюме | Метою розробки стратегії є підвищення прибутку за рахунок впровадження нової продукції; Країнами експорту є країни ЄС; Основним завданням експорту є підвищення ефективності експорту; Термін реалізації: 3 роки. і.т.д. | Дає уявлення про діяльності компанії на зовнішньому ринку. |
| Вступ | Зважаючи на те, що на нинішньому етапі дане підприємство має ефективну експортну стратегію, слід концентрувати свої продажі на зовнішньому ринку, оскільки закордоном дана продукція підприємства більш користується попитом. Відповідно і прибуток формується в основному із надходжень з-за кордону т. д. | Необхідно для розуміння взаємовідносин між відділами, розподілу обов'язків і делегування повноважень. |
| Частина II «Оцінка експортного потенціалу компанії» | Дане підприємство спеціалізується на виробництві соків та нектарів. Здійснені розрахунки свідчать, що відбулося погіршення майнового стану, зокрема підвищення рівня залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Негативним є також зниження обсягів виробництва, яке супроводжується зростанням операційних витрат. Чистий прибуток, починаючи з 2014 року, є мінусовим і з кожним роком збитки зростають. У комплексі такі тенденції призводять до суттєвого погіршення фінансових результатів підприємства. | Дозволить оцінити сильні і слабкі сторони підприємства для реалізації експортної операції. |
| Частина III «Стратегія міжнародного маркетингу» | Для експортної діяльності була обрана стратегія диференціації, на основі впровадження нових товарів (узвару та плодово-овочевої консервації). Експорт продукції в основному направлений на ринки ЄС. На сьогодні, ринок соків ЄС досить розвинений, проте в основному за рахунок імпортової продукції. А тому, наявність конкурентів на ньому, становить значний ризик при виході досліджуваного підприємства на ринок ЄС. Але за рахунок реалізації всіх запропонованих заходів при виході на ринок ЄС, спостерігається позитивна динаміка при розрахунку прогнозних показників. | Визначає цільовий ринок; позиціонування і маркетингові інструменти роботи на зовнішньому ринку. |

Продовження табл. 3.5

| 1 | 2 | 3 |
|---------------------------------------|---|--|
| Частина IV «Тактика експорту» | Заплановані заходи під час формування експортної стратегії: розширення асортименту експортної продукції за рахунок узвару та плодово-овочевої консервації; активізація маркетингових заходів, зокрема, участь у міжнародних виставках, збільшення кількості та покращення якості наповнення інформаційних матеріалів підприємства, використання семплінгу та надання знижок новим та постійним клієнтам; і т.д. | Дозволяє визначити тенденції залучення в експортну діяльність, перспективи розвитку ресурсів |
| Частина V «Бюджет експорту» | Для реалізації експортної стратегії диференціації даного підприємства більшою мірою використовується власний капітал та кошти групи компаній «Fruit Master Group», проте наявні і кредити у банку. | Дозволяє визначити структуру власних і залучених коштів, порядок їх використання. |
| Частина VI «Реалізація і контроль» | Реалізація запланованих дій експортної стратегії даного підприємства передбачає наступні етапи: закупівля додаткового обладнання, впровадження знижок (від 5% до 8%), участь у виставках і т.д. | Важлива для своєчасного реагування на зміни середовища. |
| Додатки | У додатках представлені фінансова звітність підприємства та баланс. | Необхідні для підвищення інвестиційної привабливості. |

Джерело: побудовано автором за [26]

Отже, всі перелічені заходи, щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», стосуються усіх сфер діяльності підприємства та вимагатимуть узгодженої роботи усіх підрозділів підприємства. Окрім цього, для реалізації окремих заходів керівництву даного підприємства необхідно буде проявити ініціативу у стосунках з топ-менеджментом ««Fruit Master Group»», оскільки надані рекомендації вимагають підвищення рівня автономії досліджуваного підприємства у прийнятті стратегічних рішень у сфері експорту.

3.3 Розрахунок прогнозних показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» на 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів

Одним із важливих етапів обґрунтування доцільності впровадження заходів з вдосконалення експортної стратегії є розрахунок прогнозних показників ефективності експорту за умови реалізації наданих пропозицій. Такі розрахунки дозволяють зробити висновок про те, якими будуть результати продажу продукції на зовнішні ринки за умови незмінності експортної стратегії підприємства, а також яких результатів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» матиме можливість досягнути за умови вдосконалення експортної стратегії.

Прогнозування показників експортної діяльності буде здійснено у кілька етапів. У першу чергу буде розраховано, якими будуть обсяги експорту та рівень його ефективності за збереження тенденцій попередніх років. Це дозволить виявити, наскільки необхідною для даного підприємства є підвищення ефективності експортної стратегії, і наскільки високими є ризики для підприємства. Для побудови прогнозу використаємо середньорічний темп зростання, який розрахуємо за формулою (3.6):

$$T_i = \frac{Y_n - Y_1}{n} \quad (3.6.)$$

де Y_n - значення кінцевого рівня ряду, тобто показник 2017 року;

Y_1 – значення початкового рівня ряду, тобто показник 2013 року;

n – тривалість досліджуваного періоду, тобто 5 років.

Так, при розрахунках, кожне значення попереднього року необхідно помножити на середньорічний темп зростання для отримання прогнозного значення. Здійснені розрахунки прогнозних показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2018 – 2020 рр. показують, що за умови збереження існуючих тенденцій можна очікувати на зменшення обсягів експортних операцій, а також на істотне погіршення показників ефективності та рентабельності експорту, що ще раз підтверджує необхідність у наданих рекомендаціях щодо вдосконалення експортної стратегії даного підприємства (табл. 3.6).

Таблиця 3.6.

Аналіз динаміки прогнозованих показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2019 – 2021
рр. за умови збереження існуючих тенденцій, тис. грн.

| Показник | Факт | Попередні данні | Серед. темп зрост. з 2013 по 2018рр.,% | Прогноз | | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|---|---------|-----------------|--|----------|----------|----------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2017 р. | 2018 р. | | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 |
| Чистий дохід від експорту, тис. євро | 1446,30 | 1257,88 | - | 1182,40 | 1111,46 | 1044,77 | -188,43 | -75,47 | -70,94 | -66,69 | -401,53 | 87,0 | 94,0% | 94,0 | 94,0 | 72,2 |
| Курс валюти, грн/євро | 30,00 | 32 | - | 32,00 | 32,00 | 32,00 | 2,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,00 | 106,7 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 106,7 |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 43385 | 40252 | 0,94 | 37836,88 | 35566,67 | 33432,67 | -3133,00 | -2415,12 | -2270,21 | -2134,00 | -9952,33 | 92,8 | 94,0 | 94,0 | 94,0 | 77,1 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн. | 36416 | 38556 | 0,98 | 37784,88 | 37029,18 | 36288,60 | 2140,00 | -771,12 | -755,70 | -740,58 | -127,40 | 105,9 | 98,0 | 98,0 | 98,0 | 99,7 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 976 | 1025 | 0,87 | 891,75 | 775,82 | 674,97 | 49,00 | -133,25 | -115,93 | -100,86 | -301,03 | 105,0 | 87,0 | 87,0 | 87,0 | 69,2 |
| Витрати з доставки екс. продукції до покупця, тис. грн. | 1571 | 2174 | 0,82 | 1782,68 | 1461,80 | 1198,67 | 603,00 | -391,32 | -320,88 | -263,12 | -372,33 | 138,4 | 82,0 | 82,0 | 82,0 | 76,3 |
| Рентабельність експорту, % | 119,14 | 108,01 | - | 100,14 | 96,05 | 92,13 | -11,13 | -7,87 | -4,09 | -3,92 | -27,01 | 90,7 | 92,7 | 95,9 | 95,9 | 77,3 |
| Ефект експорту, тис. грн. | 4422,00 | -110 | - | -2622,43 | -3700,14 | -4729,57 | -4532,00 | -2512,43 | -1077,71 | -1029,44 | -9151,57 | -2,5 | 2384,0 | 141,1 | 127,8 | -107,0 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 1,11 | 0,99 | - | 0,94 | 0,91 | 0,88 | -0,12 | -0,05 | -0,03 | -0,03 | -0,23 | 89,2 | 94,5 | 96,9 | 96,7 | 78,9 |

Джерело: розраховано автором

Здійснюючи прогнозування показників експортних операцій підприємства за умови впровадження наданих рекомендацій, було в першу чергу розраховано показники ефективності експорту нових товарних груп в асортименті підприємства - узвару ТМ «Берегівський консервний завод» та плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я». (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Аналіз прогнозованих показників ефективності експорту
ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» узвару та плодово-овочевої консервації,
тис. грн.

| Показник | Експорт плодово-овочевої консервації | Експорт узвару | Експорт разом |
|--|--------------------------------------|----------------|---------------|
| Чистий дохід від експорту, євро/кг | 1,7 | 1,1 | 2,8 |
| Чистий дохід від експорту, тис. євро | 37,87 | 25 | 62,87 |
| Обсяг експорту | 25 т | 20 т | 45 т |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 1212 | 800 | 2012 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн. | 150 | 122 | 272 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 105 | 62 | 167 |
| Ефект експорту, тис. грн. | 957 | 616 | 1573 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 4,75 | 4,35 | 4,58 |

Джерело: розраховано автором

Для здійснення розрахунків використовувалась інформація про середньоринкові ціни продукції, отримані за допомогою аналізу Інтернет-ресурсів. Інформацію про оціночну собівартість виробництва плодово-овочевої консервації та узвару було отримано на підприємстві. Здійснені розрахунки засвідчили, що за умови витрат на збут, рівних 20% доходу, поставки нової продукції за кордон будуть ефективними, хоча експорт плодово-овочевої консервації буде значно вигіднішим для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» ніж експорт іншої продукції на нинішньому етапі.

Відповідно, далі буде доцільно здійснити прогнозування показників експортної діяльності даного підприємства з урахуванням запропонованих заходів. А саме за рахунок впровадження нових товарних груп в асортименті підприємства та збільшення їх обсягу виробництва кожного року (в середньому) на однаковій кількості(табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Аналіз динаміки прогнозованих показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2019 – 2021
рр. з урахуванням запропонованих заходів, тис. грн.

| Показник | Факт | Попередні данні | Результати виготовлення узвару та плод.-овоч. консервації | Прогноз | | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|---|---------|-----------------|---|---------|---------|---------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2017 р. | 2018 р. | | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2021 | 2021/2020 | 2021/2017 | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 |
| Чистий дохід від експорту, тис. євро | 1446,30 | 1257,88 | 62,87 | 1320,8 | 1383,6 | 1446,5 | -188,4 | 62,9 | 62,9 | 62,9 | 0,2 | 87,0 | 105,0 | 104,8 | 104,5 | 100,0 |
| Курс валюти, грн/євро | 30,00 | 32 | 32,00 | 32,0 | 32,0 | 32,0 | 2,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 2,0 | 106,7 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 106,7 |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 43385 | 40252 | 2012,00 | 42264,0 | 44276,0 | 46288,0 | -3133,0 | 2012,0 | 2012,0 | 2012,0 | 2903,0 | 92,8 | 105,0 | 104,8 | 104,5 | 106,7 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн. | 36416 | 38556 | 272,00 | 38828,0 | 39093,0 | 39365,0 | 2140,0 | 272,0 | 265,0 | 272,0 | 2949,0 | 105,9 | 100,7 | 100,7 | 100,7 | 108,1 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 976 | 1025 | 167,00 | 1192,0 | 1359,0 | 1526,0 | 49,0 | 167,0 | 167,0 | 167,0 | 550,0 | 105,0 | 116,3 | 114,0 | 112,3 | 156,4 |
| Витрати з доставки експортної продукції до покупця, тис. грн. | 1571 | 2174 | 0,00 | 2174,0 | 2174,0 | 2174,0 | 603,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 603,0 | 138,4 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 138,4 |
| Рентабельність експорту, % | 119,14 | 108,01 | 739,71 | 108,8 | 113,3 | 117,6 | -11,1 | 0,8 | 4,4 | 4,3 | -1,6 | 90,7 | 100,8 | 104,1 | 103,8 | 98,7 |
| Еф-т експорту, тис. грн. | 4422,00 | -110 | 1573,00 | 70,0 | 1650,0 | 5397,0 | -4532,0 | 180,0 | 1580,0 | 3747,0 | 975,0 | -2,5 | -63,6 | 2357,1 | 327,1 | 122,0 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 1,11 | 0,99 | 4,58 | 1,00 | 1,09 | 1,13 | -0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 89,2 | 101,2 | 109,3 | 0103,4 | 102,0 |

Джерело: розраховано автором

Таким чином, аналіз прогнозованих показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» у 2018 – 2020 рр. з урахуванням запропонованих заходів свідчить, що показники діяльності значно покращуються при дотриманні вказаних тенденцій змін. Підприємство має можливість отримати 42264 тис. грн. чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2019 р., 44276 тис. грн. – у 2020 р. та 46288 тис. грн. – у 2021 р. Та в свою чергу збільшується ефективність експортної стратегії від 1.11 в 2017 р. до 1.13 у 2021 р.

При здійсненні прогнозування показників експорту за умови реалізації підприємством заходів щодо покращення ефективності експортної стратегії використовувався сценарний підхід. Було розраховано показники ефективності експорту за умови зростання витрат на збут, яке не призведе до збільшення обсягів експорту тих товарів, які наразі є в асортименті підприємства (при цьому було враховано старт експорту нових для підприємства товарів) – песимістичний сценарій (-5% відхилення від прогнозу). Окрім цього, було розраховано показники ефективності експорту за умови пропорційного зростання доходів від експорту при реалізації наданих пропозицій – оптимістичний сценарій (+5% відхилення від прогнозу). Останнім підходом став зважений, показники експорту за якого було розраховано шляхом знаходження середнього значення даних за оптимістичним і песимістичним підходом.

За оптимістичного підходу, що передбачає, що ринок позитивно відреагує на усі нововведення, запропоновані нами для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», прогнозуємо підвищення чистого доходу від реалізації експорту у 2020 р. до 48514 тис. грн. та існує тенденція до збільшення показників ефективності експорту (табл. 3.9).

За умови песимістичного прогнозу показники ефективності експорту будуть гіршими за ті, які демонструватиме підприємство за умови незмінності стратегії експорту (табл. 3.10).

Таблиця 3.9

Аналіз динаміки прогнозованих показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТТЕР ФУДС» у 2019 – 2021 рр. за умови впровадження наданих рекомендацій (оптимістичний сценарій), тис. грн.

| Показник | Факт | Попередні данні | Прогноз | | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|---|---------|-----------------|---------|---------|---------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2018/ 2017 | 2019/ 2018 | 2020/ 2021 | 2021/ 2020 | 2021/ 2017 | 2018/ 2017 | 2019/ 2018 | 2020/ 2019 | 2021/ 2020 | 2021/ 2017 |
| Чистий дохід від експорту, тис. євро | 1446,30 | 1257,88 | 1386,79 | 1452,81 | 1518,83 | -188,42 | 1,102 | 1,05 | 1,05 | 1,05 | 87,0 | 110,2 | 104,8 | 104,5 | 105,0 |
| Курс валюти, грн/євро | 30,00 | 32 | 32,00 | 32,00 | 32,00 | 2 | 1,000 | 0,00 | 0,00 | 2,00 | 106,7 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 106,7 |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 43385 | 40252 | 44377,2 | 46489,8 | 48602,4 | -3133 | 0,997 | 2112,6 | 2112,6 | 5217,40 | 92,8 | 110,2 | 104,8 | 104,5 | 112,0 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн. | 36416 | 38556 | 36886,6 | 37138,3 | 37396,7 | 2140 | 0,997 | 251,75 | 258,40 | 980,75 | 105,9 | 95,7 | 100,7 | 100,7 | 102,7 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 976 | 1025 | 1132,40 | 1291,05 | 1449,70 | 49 | 0,997 | 158,65 | 158,65 | 473,70 | 105,0 | 122,1 | 114,0 | 101,6 | 148,5 |
| Витрати з доставки експортної продукції до покупця, тис. грн. | 1571 | 2174 | 2065,30 | 2065,30 | 2065,30 | 603 | 0,997 | 0,00 | 0,00 | 494,30 | 138,4 | 95,0 | 100,0 | 100,0 | 131,5 |
| Рентабельність експорту, % | 119,14 | 108,01 | 120,31 | 125,18 | 129,96 | -11,13 | 0,997 | 4,87 | 4,78 | 10,82 | 90,7 | 111,4 | 104,1 | 103,8 | 109,1 |
| Еф-т експорту, тис. грн. | 4422,00 | -110 | 4292,90 | 5995,10 | 7690,65 | -4532 | 0,997 | 1702,2 | 1695,5 | 3268,65 | -2,5 | -3794,3 | 140,4 | 131,3 | 173,9 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 1,11 | 0,99 | 1,11 | 1,15 | 1,19 | -0,12 | 0,997 | 0,04 | 0,04 | 0,08 | 89,2 | 111,5 | 103,7 | 103,8 | 107,0 |

Джерело: розраховано автором

Аналіз динаміки прогнозованих показників експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МА»
 рр. за умови впровадження наданих рекомендацій (песимістичний сценарій)

| Показник | Факт | Попередні данні | Прогноз | | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | |
|---|---------|-----------------|----------|----------|----------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2018/ 2017 | 2019/ 2018 | 2020/ 2021 | 2021/ 2020 | 2021/ 2017 |
| Чистий дохід від експорту, тис. євро | 1446,30 | 1257,88 | 1254,71 | 1314,44 | 1374,18 | -188,42 | 0,997 | 1,05 | 1,05 | 0,95 |
| Курс валюти, грн/євро | 30,00 | 32 | 32,00 | 32,00 | 32,00 | 2 | 1,000 | 0,00 | 0,00 | 2,00 |
| Чистий дохід від експорту, тис. грн. | 43385 | 40252 | 40150,8 | 42062,2 | 43973,6 | -3133 | 0,997 | 1911,4 | 1911,4 | 588,60 |
| Собівартість експортної продукції, тис. грн. | 36416 | 38556 | 40769,4 | 41047,6 | 41333,2 | 2140 | 0,997 | 278,25 | 285,60 | 4917,25 |
| Витрати на стимулювання збуту, тис. грн. | 976 | 1025 | 1251,60 | 1426,95 | 1602,30 | 49 | 0,997 | 175,35 | 175,35 | 626,30 |
| Витрати з доставки експортної продукції до покупця, тис. грн. | 1571 | 2174 | 2282,70 | 2282,70 | 2174,00 | 603 | 0,997 | 0,00 | -108,70 | 603,00 |
| Рентабельність експорту, % | 119,14 | 108,01 | 98,48 | 102,47 | 106,39 | -11,13 | 0,997 | 3,99 | 3,92 | -12,75 |
| Еф-т експорту, тис. грн. | 4422,00 | -110 | -4152,90 | -2695,10 | -1135,95 | -4532 | 0,997 | 1457,8 | 1559,1 | -5557,95 |
| Коефіцієнт ефективності експорту | 1,11 | 0,99 | 0,91 | 0,94 | 0,97 | -0,12 | 0,997 | 0,03 | 0,04 | -0,14 |

Джерело: розраховано автором

Показники експортної діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за зваженого підходу показали, що не тільки ситуація є кращою за оптимістичного підходу, але й за реалістичних тенденцій. Що стосується ефективності, то за що навіть за помірною прогнозу у 2018 – 2019 рр. спостерігатиметься позитивна тенденція до підвищення рівня ефективності експорту. Подолання негативного тренду до зниження коефіцієнта ефективності можна вважати ключовим аргументом на користь імплементації наданих рекомендацій. Саме тому підприємству найбільш підходить оптимістичний підхід, у ньому підприємство досягає найбільшої ефективності.

Загалом, здійснений аналіз засвідчив, що експортна стратегія підприємства є досить ефективною і на неї позитивно впливає наявність у підприємства якісної сировинної бази, спроможної забезпечити потреби виробництва повною мірою; інноваційна активність компанії, що дозволяє регулярно впроваджувати заходи, націлені на оптимізацію процесів на підприємстві; лояльність персоналу, що гарантує сумлінне виконання кожним працівником його функцій.

При цьому окремі аспекти господарської діяльності підприємства, які впливають на ефективність експортної стратегії, все ще вимагають вдосконалення: мова йде, зокрема, про маркетингову складову просування продукції на зовнішні ринки; вузькість асортименту експортної продукції. Саме на вирішення цих питань було спрямована надана нами рекомендація.

Також, потрібно здійснити прогнозування фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» за 2019 – 2021 рр. за умови збереження існуючих тенденцій та за умови запровадження наданих рекомендацій. У першу чергу буде розраховано, якими будуть обсяги чистого прибутку та обсяг витрат за збереження тенденцій попередніх років. Це дозволить виявити, наскільки необхідною для даного підприємства є підвищення ефективності його продовольчої діяльності, і наскільки високими є ризики для підприємства. Для побудови даного прогнозу використаємо, також, середньорічний темп зростання (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Аналіз динаміки прогнозованих основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТТЕР ФУДС» у 2019 – 2021 рр. за умови за умови збереження існуючих тенденцій, тис. грн.

| Показник | Факт | Попередні данні | Серед. темп зрост. з 2013 по 2018рр.,% | Прогноз | | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|---------|-----------------|--|-----------|-----------|-----------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2017 р. | 2018 р. | | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 45667 | 42534 | 0,90 | 38280,60 | 34452,54 | 31007,29 | -3133,00 | -4253,40 | -3828,06 | -3445,25 | -14659,71 | 93,14 | 90,00 | 90,00 | 90,00 | 67,90 |
| Собівартість реалізованої продукції | 38333 | 40473 | 0,94 | 38044,62 | 35761,94 | 33616,23 | 2140,00 | -2428,38 | -2282,68 | -2145,72 | -4716,77 | 105,58 | 94,0 | 94,00 | 94,00 | 87,70 |
| Валовий прибуток (збиток) | 7334 | 2061 | - | 235,98 | -1309,40 | -2608,94 | -5273,00 | -1825,02 | -1545,38 | -1299,54 | -9942,94 | 28,10 | 11,45 | -554,8 | 199,2 | -35,57 |
| Інші операційні доходи | 23254 | 23897 | 1,05 | 25091,85 | 26346,44 | 27663,76 | 643,00 | 1194,85 | 1254,59 | 1317,32 | 4409,76 | 102,77 | 105,0 | 105,0 | 105,0 | 118,96 |
| Адміністративні витрати | 3158 | 2898 | 0,96 | 2782,08 | 2670,80 | 2563,96 | -260,00 | -115,92 | -111,28 | -106,83 | -594,04 | 91,77 | 96,0 | 96,0 | 96,0 | 81,19 |
| Витрати на збут | 1827 | 1876 | 0,74 | 1388,24 | 1027,30 | 760,20 | 49,00 | -487,76 | -360,94 | -267,10 | -1066,80 | 102,68 | 74,0 | 74,0 | 74,0 | 41,61 |
| Інші операційні витрати | 35065 | 35668 | 1,12 | 39948,16 | 44741,94 | 50110,97 | 603,00 | 4280,16 | 4793,78 | 5369,03 | 15045,97 | 101,72 | 112,0 | 112,0 | 112,0 | 142,91 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | -9462 | -14484 | - | -18790,65 | -23402,99 | -28380,31 | -5022,00 | -4306,65 | -4612,34 | -4977,32 | -18918,31 | 153,08 | 129,73 | 124,5 | 121,2 | 299,94 |
| Інші доходи | 1 | 1572 | 0,68 | 1068,96 | 726,89 | 494,29 | 1571,00 | -503,04 | -342,07 | -232,61 | 493,29 | 157200,0 | 68,0 | 68,0 | 68,0 | 49428,7 |
| Фінансові витрати | 2390 | 2465 | 1,55 | 3820,75 | 5922,16 | 9179,35 | 75,00 | 1355,75 | 2101,41 | 3257,19 | 6789,35 | 103,14 | 155,0 | 155,0 | 155,0 | 384,07 |
| Інші витрати | 27 | 723 | 1,95 | 1409,85 | 2749,21 | 5360,95 | 696,00 | 686,85 | 1339,36 | 2611,75 | 5333,95 | 2677,78 | 195,0 | 195,0 | 195,0 | 19855,4 |
| Чистий прибуток (збиток) | -11788 | -16100 | - | -22952,29 | -31347,47 | -42426,33 | -4312,00 | -6852,29 | -8395,18 | -11078,9 | -30638,33 | 136,58 | 142,6 | 136,6 | 135,34 | 359,91 |

Джерело: складено автором

За даними табл. 3.11 видно, що за збереження існуючих тенденцій збиток підприємства буде, лише збільшуватись з кожним роком, аналогічно будуть збільшуватись і борги.

Відповідно, далі буде доцільно здійснити прогнозування фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» з урахуванням запропонованих заходів. А саме за рахунок впровадження нових товарних груп в асортименті підприємства та збільшення їх обсягу виробництва кожного року (в середньому) в однаковій кількості, як для продажу на внутрішньому ринку так і на зовнішньому. Припускається, продаж нового товару на внутрішньому ринку принесе в три рази більше виручки ніж на зовнішньому, за рахунок більшого обсягу продажу та менших витрат на збут.

Так, у разі впровадження рекомендацій, ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» отримає чистий прибуток вже у 2019 році (817,0 тис. грн.) та з кожним роком він буде лише збільшуватись у 2021 році (до 70662,3 тис. грн.). Збільшуватимуться і витрати, це пов'язано із закупівлею та обслуговуванням нового устаткування, необхідного для виробництва нової продукції. Збільшився також валовий прибуток та фінансовий результат від операційної діяльності.

Відповідно, здійснені розрахунки засвідчили позитивний вплив імплементації наших пропозицій на показники експортної діяльності підприємства та на фінансове становище ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» в цілому (табл. 3.12).

Можливості ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» щодо вдосконалення експортної стратегії не повинні обмежуватися лише тими заходами, які були нами окреслені у даній роботі, втім надані пропозиції можна вважати відправною точкою для переходу досліджуваного підприємства до стратегії розвитку, що передбачає постійне нарощування та ефективну реалізацію як експортних можливостей, так і розвиток діяльності підприємства в цілому.

Таблиця 3.12

Аналіз динаміки прогнозованих основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «ФРУТ МАЙСТТЕР ФУДС» у 2019 – 2021 рр. за умови впровадження наданих рекомендацій, тис. грн.

| Показник | Факт | Попередні данні | Серед. темп зрост. з 2017 по 2019 рр.,% | Прогноз | | | Абсолютне відхилення, +/- | | | | | Відносне відхилення, % | | | | |
|--|---------|-----------------|---|---------|---------|---------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2017 р. | 2018 р. | | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 | 2018/2017 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2021/2020 | 2021/2017 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 45667 | 42534 | 1,02 | 48570,0 | 49541,4 | 50532,2 | -3133,0 | 6036,0 | 971,4 | 990,8 | 4865,2 | 93,1 | 114,2 | 102,0 | 102,0 | 110,7 |
| Собівартість реалізованої продукції | 38333 | 40473 | 1,001 | 38452,6 | 38491,1 | 38529,6 | 2140,0 | -2020,4 | 38,5 | 38,5 | 196,6 | 105,6 | 95,0 | 100,1 | 100,1 | 100,5 |
| Валовий прибуток (збиток) | 7334 | 2061 | - | 10117,4 | 11050,3 | 12002,7 | -5273,0 | 8056,4 | 932,9 | 952,3 | 4668,7 | 28,1 | 490,9 | 109,2 | 108,6 | 163,7 |
| Інші операційні доходи | 23254 | 23897 | 1,04 | 26591,9 | 27655,5 | 28761,7 | 643,0 | 2694,9 | 1063,7 | 1106,2 | 5507,7 | 102,8 | 111,3 | 104,0 | 104,0 | 123,7 |
| Адміністративні витрати | 3158 | 2898 | 0,88 | 2143,1 | 1885,9 | 1659,6 | -260,0 | -754,9 | -257,2 | -226,3 | -1498,4 | 91,8 | 74,0 | 88,0 | 88,0 | 52,6 |
| Витрати на збут | 1827 | 1876 | 0,7 | 674,2 | 472,0 | 330,4 | 49,0 | -1201,8 | -202,3 | -141,6 | -1496,6 | 102,7 | 35,9 | 70,0 | 70,0 | 18,1 |
| Інші операційні витрати | 35065 | 35668 | 0,94 | 29648,2 | 27869,3 | 26197,1 | 603,0 | -6019,8 | -1778,9 | -1672,2 | -8867,9 | 101,7 | 83,1 | 94,0 | 94,0 | 74,7 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | -9462 | -14484 | - | 4243,8 | 8478,7 | 12577,3 | -5022,0 | 18727,8 | 4235,0 | 4098,6 | 22039,3 | 153,1 | -29,3 | 199,8 | 148,3 | -132,9 |
| Інші доходи | 1 | 1572 | 9,3 | 817,0 | 7598,1 | 70662,3 | 1571,0 | -755,0 | 6781,1 | 63064,2 | 70661,3 | 157200,0 | 52,0 | 930,0 | 930,0 | 7066233 |
| Фінансові витрати | 2390 | 2465 | 1,17 | 3820,8 | 4470,3 | 5230,2 | 75,0 | 1355,8 | 649,5 | 759,9 | 2840,2 | 103,1 | 155,0 | 117,0 | 117,0 | 218,8 |
| Інші витрати | 27 | 723 | 2,9 | 661,9 | 1919,4 | 5566,2 | 696,0 | -61,2 | 1257,5 | 3646,8 | 5539,2 | 2677,8 | 91,5 | 290,0 | 290,0 | 20615,4 |
| Чистий прибуток (збиток) | -11788 | -16100 | - | 578,2 | 9687,2 | 72443,3 | -4312,0 | 16678,2 | 9109,0 | 62756,1 | 84231,3 | 136,6 | -3,6 | 1675,5 | 747,8 | -614,6 |

Джерело: складено автором

Висновки до розділу 3

Проаналізувавши третій розділ даної дипломної роботи, можна зробити наступні висновки:

1. До напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» належить розширення асортименту експортної продукції за рахунок плодово-овочевої консервації та узвару; активізація маркетингових заходів, зокрема, участь у міжнародних виставках, збільшення кількості та покращення якості наповнення інформаційних матеріалів підприємства, використання семплінгу та надання знижок новим та постійним клієнтам; впровадження енергозберігаючих технологій з метою зниження рівня собівартості експортної продукції; започаткування практики формування кадрового резерву, метою якого є оптимізація витрат часу та фінансових ресурсів на пошук, підбір та адаптацію персоналу.

3.2. Заходи щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» стосуються усіх сфер діяльності підприємства та вимагатимуть узгодженої роботи усіх підрозділів підприємства. Окрім цього, для реалізації окремих заходів керівництву ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» необхідно буде проявити ініціативу у стосунках з топ-менеджментом ««Fruit Master Group»», оскільки надані нами рекомендації вимагають підвищення рівня автономії досліджуваного підприємства у прийнятті стратегічних рішень у сфері експорту.

3.3. Здійснені розрахунки засвідчили позитивний вплив імплементації наших пропозицій на показники експортної діяльності підприємства, то за що навіть за помірною прогнозу у 2019 – 2021 рр. спостерігатиметься позитивна тенденція до підвищення рівня ефективності експорту та основних фінансових показників підприємства. Подолання негативного тренду до зниження коефіцієнта ефективності можна вважати ключовим аргументом на користь імплементації наданих рекомендацій. Дане підприємство саме за оптимістичного підходу досягає найбільшої ефективності у своїй експортній діяльності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Результати проведеного дослідження дають підставу зробити наступні висновки та пропозиції:

1. Сутність експортної стратегії полягає у тому, що вона є довгостроковим планом дій, в якому формується мета, завдання та основні напрями реалізації підприємства на зовнішніх ринках з огляду на тенденції та прогнози попиту, дослідження вподобань споживачів іноземних країн та ресурсів, якими володіє підприємство. Особливостями, що відрізняють експортну стратегію підприємства на продовольчих ринках, є необхідність врахування у процесі її формування функцій продовольчої продукції, а також те, що продовольча продукція є значно вразливішою до зовнішнього впливу, що робить значно важчою побудову стратегії експорту. Отже, експортна стратегія підприємства: допомагає визначити основні напрями та шляхи досягнення цілей зміцнення; є способом встановлення взаємодії фірми із зовнішнім середовищем; є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, які є системною характеристикою напрямків розвитку підприємства; дає змогу налагодити ефективну мотивацію, контроль, облік та аналіз, виступаючи як стандарт, котрий визначає успішний розвиток і результати.

До чинників формування експортної стратегії підприємства відносять: чинники внутрішнього та зовнішнього середовища. До внутрішніх чинників, що впливають на процес формування експортної стратегії відносять: постачання сировини та матеріалів, фінансові ресурси, виробничі потужності, організація збуту продукції, кадрові ресурси та менеджмент, інформаційна база та маркетинг, система якості продукції. До зовнішніх чинників відносять: податкова політика держави, митне регулювання, валютне регулювання та контроль, нетарифне регулювання. При цьому виділяють чинники, які визначають мету здійснення експорту та формування експортної стратегії: розвиток внутрішнього ринку, при якому вигідно вкладати капітали за кордон; активність закордонного конкурента і його успіхи на внутрішньому ринку; подолання залежності від внутрішнього ринку шляхом завоювання іноземних ринків; вирішення проблеми залежності

фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку; поліпшення завантаження наявних і додатково створюваних потужностей; підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій; компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах; вивільнення висококваліфікованого кадрового персоналу для вирішення більш складних завдань у своїй країні шляхом перенесення за кордон виробництва окремих виробів і комплектуючих до них; стабілізація цінової політики та розширення рамок для її здійснення на внутрішньому і зовнішніх ринках, із застосуванням дегресії якості продукції.

Усю систему експортної діяльності підприємства можна розділити на 4 групи: - абсолютні показники: обсяг експорту; обсяг накладних витрат на експорт; середній залишок коштів; перевага покупцями ТМ фірми; обсяг експорту нових товарів. - відносні показники: індекс динаміки; індекс вартості; індекс фізичного обсягу; індекс ціни; індекс кількості (наприклад, динаміка частки світового, європейського ринків, тощо); коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту за вартістю, фактичним обсягом, ціною;- показники структури: товарна структура експорту; географічна структура; структура накладних витрат. - показники ефективності (ефекту): валютна ефективність експорту; ефективність експорту; рентабельність експорту; економічний ефект експорту; інтегральний економічний ефект;

Розглянувши наявні методи оцінки експортної стратегії підприємства, можемо констатувати, що оцінка ефективності експортної діяльності підприємства (експортної стратегії) зводиться до аналізу двох взаємопов'язаних процесів: вкладення фінансових коштів у операцію, тобто витрати; отримання доходів від операції. А тому, для оцінки ефективності експортної діяльності підприємства (відповідно і експортної стратегії) можна використати такі показники: ефективність експорту, рентабельність експорту, економічний ефект експорту та економічна ефективність експорту. Також, для оцінки ефективності експортної діяльності пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства

2. Продовольче ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» являє собою вертикально-інтегрований комплекс, який входить до групи компаній «Fruit Master Group», та спеціалізується на виробництві соків та нектарів. Здійснені розрахунки свідчать, що протягом досліджуваного періоду відбулося погіршення майнового стану, зокрема підвищення рівня залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Негативним є також зниження обсягів виробництва, яке супроводжується зростанням операційних витрат. Чистий прибуток, в свою чергу, починаючи з 2014 року є мінусовим і з кожним роком збитки лише зростають. Тенденцію до зниження мають і показники рентабельності та платоспроможності, це дозволяє стверджувати, підприємство є фінансово залежним, а продуктивність ресурсів підприємства заходиться на низькому рівні. Окрім цього відмітимо, що у операційної та чистої рентабельності реалізованої продукції спостерігається, взагалі, від'ємне значення за останні чотири роки, що є вкрай негативним явищем. Безумовно, негативною тенденцією є спад загальної рентабельності підприємства з 22,07 % у 2013 р. до 6,76 % у 2017 р. У комплексі такі тенденції за умови їх збереження призводять до суттєвого погіршення фінансових результатів ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», а згодом і до банкрутства.

ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» здійснює господарську діяльність, спираючись на передовий досвід вітчизняних та зарубіжних підприємств, що обумовлює позитивний вплив усіх факторів (крім фінансових ресурсів) внутрішнього середовища на формування експортної стратегії. Використовуючи переваги входження до складу груп компаній «Fruit Master Group», дане підприємство завжди має можливість повною мірою завантажувати виробничі потужності якісною сировиною та здійснювати експортні операції як самостійно, так і через збутовий відділ груп компаній «Fruit Master Group».

Вплив зовнішнього середовища на формування експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є неоднозначним. З одного боку, сприятлива для експортерів динаміка валютного курсу дозволяє ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» збільшувати обсяги грошових надходжень від експорту. З іншого боку, складна макроекономічна ситуація в країні обумовлює зростання витрат підприємства, що

відображається на собівартості виробництва соку, і, відповідно, призводить до втрати готовою продукцією цінних конкурентних переваг при експорті, що сприяло відсутності прибутку підприємства, як засвідчили результати аналізу фінансової звітності. Наявність значної конкуренції на вітчизняному ринку також стимулює ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» до реалізації експортної діяльності, оскільки внутрішній попит є обмеженим і лише за умови виходу на зовнішні ринки досліджуване підприємство має можливості для розвитку.

Провівши розрахунки та узагальнюючи результати проведеного аналізу можна зробити висновок про ефективність експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» та наявність можливостей для її покращення. Запаси продукції на складі підприємства є досить значними, що вказує про можливість негайної поставки продукції за замовленням з-за кордону. Окрім цього виробничі потужності підприємства дозволяють йому виробляти значні обсяги сокової продукції, достатні для подвоєння обсягів експортних поставок. Для покращення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» необхідно активізувати збутову політику, акцентуючи увагу на нових ринках, розширювати асортимент експортної продукції, поступово оновлювати виробничі потужності, зокрема впроваджувати енергозберігаючі технології.

3. До напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» належить розширення асортименту експортної продукції за рахунок плодово-овочевої консервації та узвару; активізація маркетингових заходів, зокрема, участь у міжнародних виставках, збільшення кількості та покращення якості наповнення інформаційних матеріалів підприємства, використання семплінгу та надання знижок новим та постійним клієнтам; впровадження енергозберігаючих технологій з метою зниження рівня собівартості експортної продукції; започаткування практики формування кадрового резерву, метою якого є оптимізація витрат часу та фінансових ресурсів на пошук, підбір та адаптацію персоналу. Відповідно виконання всіх цих рекомендацій призведе до вдосконалення експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС».

Серед розглянутих нами напрямів вдосконалення експортної стратегії ТОВ

«ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС», пріоритетним вважаємо розширення асортименту продукції за рахунок включення до номенклатури експортних товарів узвару ТМ "Берегівський консервний завод» та плодово-овочевої консервації ТМ «Моя сім'я». Заходи щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» стосуються усіх сфер діяльності підприємства та вимагатимуть узгодженої роботи усіх підрозділів підприємства. Окрім цього, для реалізації окремих заходів керівництву досліджуваного підприємства необхідно буде проявити ініціативу у стосунках з топ-менеджментом «Fruit Master Group», оскільки надані нами рекомендації вимагають підвищення рівня автономії підприємства у прийнятті стратегічних рішень у сфері експорту.

Прогнозування показників експортної діяльності було здійснено у кілька етапів. У першу чергу було розраховано, якими будуть обсяги експорту та рівень його ефективності за збереження тенденцій попередніх років. Це дозволило виявити, наскільки необхідною для ТОВ «ФРУТ МАЙСТЕР ФУДС» є підвищення ефективності експортної стратегії, і наскільки високими є ризики. Було розраховано показники ефективності експорту за умови зростання витрат на збут, яке не призведе до збільшення обсягів експорту тих товарів, які наразі є в асортименті підприємства (при цьому були враховані нові для підприємства товари) – песимістичний сценарій. Окрім цього, було розраховано показники ефективності експорту за умови пропорційного зростання доходів від експорту при реалізації наданих пропозицій – оптимістичний сценарій.

Здійснені розрахунки засвідчили позитивний вплив імплементації наших пропозицій на показники експортної діяльності підприємства, оскільки навіть за помірною прогнозу у 2019 – 2021 рр. спостерігатиметься позитивна тенденція до підвищення рівня ефективності експорту (зростання ефективності експорту) та основних фінансових показників підприємства. Подолання негативного тренду до зниження коефіцієнта ефективності можна вважати ключовим аргументом на користь імплементації наданих рекомендацій. Дане підприємство саме за оптимістичного підходу досягає найбільшої ефективності у своїй експортній діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олин Б. Межрегиональная и международная торговля. - М.: Дело, 2008;
2. Дахно І. І., Барановська В. - Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ebooktime.net/book_295.html
3. Рокоча В. В. Міжнародна торгівля: теорія та політика: навч. посібник. - К.: Таксон, 2009;
4. Шевельова Д.В. Формы внешнеэкономической экспансии предприятия / Стратегия развития фирмы. Сборник статей. Спб.: СпбГУЭФ, 2000;
5. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Каравела, 2009. – 568 с.;
6. Соболева-Терещенко О. А. Комплексна оцінка експорту товарів // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – №2. – С. 12-13;
7. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. – Видавництво друге, переробка та доповнення – К.: КНТЕУ, 2006. – 528 с.;
8. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2006. - 462 с.;
9. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” № 959-ХІІ від 16.04.1991[електронний ресурс]. - режим доступу.;
10. Кузнєцова К. О., Храмцова М.В. Сутність експортної стратегії промислових підприємств // Збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 9-10 червня 2017 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». – У 2-х частинах. – О. : ЦЕДР, 2017. – Ч. 1 – С.29-31. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/15632/1/cesd.org.ua_червень_част.%201.pdf#page=29
11. С.А. Бугай. Основні аспекти побудови ефективної системи адміністративного управління на підприємстві – суб’єкті зовнішньоекономічної діяльності./ Вінницький торговельно-економічний інститут. – 2016. -

[Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://www.vtei.com.ua/images/2016/konf_21_10/3.pdf

12. О.А Кириченко. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб./ О.А. Кириченко- 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2002. - 384 с.

13. Галаган О.В. Дослідження механізму реалізації експортної стратегії підприємств АПК // АГРОСВІТ, 2017. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://www.agrosvit.info/pdf/19_2011/6.pdf

14. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник/Саєнко М.Г. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

15. Марченко В.М., Лебедева Н.П. Стратегія експортної діяльності суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. – К: Мукач.держ.ун-т, 2017.-592-596 с. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/99.pdf

16. І. Драбик. Критерії класифікації. Види стратегії розвитку підприємства на закордонних ринках// К: Вища школа маркетингового менеджменту та іноземних мов, 2010. – 587-593.

17. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: [монографія] / Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.

18. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: [навч. посіб.] / П.Г.Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.

19. Гринкевич С.С. Підходи до визначення сутності економічної категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» підприємств // Наук. вісн. – 2008. – Вип. 18.2. – С. 170-174;

20. Герасимчук В. Т. Стратегічне управління підприємством. – Київ: Основи, 2008.- 254 с.;

21. Солодковський Ю.М. Моделі розвитку конкурентоспроможності експорту у сучасній системі світової торгівлі / Ю.М. Солодковський // Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія у 2 т. – К.: КНЕУ, 2006. – Т. I. – С. 163-

196.

22. Туницька Ю. М. Проблеми експорту вітчизняних товарів до ЄС / Ю. М. Туницька//Економічний простір.- 2016. - № 108. - С. 47-60. [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_108_7.
23. Ломаченко Т. І. Економічна ефективність зовнішньої діяльності та розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств. // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2009. – С. 72-74;
24. Довгих Р.Н. Формування і реалізація експортної стратегії підприємств електротехнічної промисловості: Автореф. дис. канд. екон. наук. - Самара, 2005.
25. М. М. РУЧКА, М. О. ЯЦЬКО. Експортна стратегія підприємств як засіб успішного функціонування підприємства на зовнішньому ринку // Х. Вісник НТУ «ХПІ».-2014.-54-58с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/12943/1/vestnik_NPI_2014_23_Ruchka_Eksportna.pdf
26. Гильяно А.А., Мозолева Н.В. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия / Гильяно А.А., Мозолева Н.В. — СПб.: Издательский центр «Интермедия», 2018. — 192 с.
27. Дэниелс Джон Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / Джон Д. Дэниелс, Ли Х. Радеба ; [пер. с англ.]. – 6-е изд. – М. : Дело, 1998. – 456 с.
28. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: [учебник для вузов] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикланд.; пер. с англ. [под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой]. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
29. Generald D. Bell. Organization and the External Environment 1997, in McGuire, op.cit
30. Rowe A. J. ets. Strategic management: a mrthodological approach, 4th. ed.
31. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1995. – 296 с.
- 32.Івашук С. Експортна стратегія в сучасній системі державного управління /

С. Іващук // Міжнародна економічна політика. – 2009. – № 10–11. – С. 85–106.

33. Н.О. Перевозчикова, О.О. Лукашова. Фактори впливу на експортну стратегію промислового підприємства// ВІСНИК Донбаської державної машинобудівної академії № 3 (24) .-2011. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/ddma/2011-3-24/article/11PNASIE.pdf

34. Скоропад І.С., Герасименко С.І. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв'язків // Вісн. нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2007. – №469. – С. 498-502;

35. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: [монографія: у 2т.] / Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк та ін. – К.: КНЕУ, Т. II. – 2006. – 592 с.

36. Економічна енциклопедія: у трьох томах. / відповід. ред. С.В. Мочерний. – Київ.: Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952с.
Галаган О. В. Сутність та особливості формування експортної стратегії підприємств АПК / О. В. Галаган. // Ефективна економіка. - 2011. - № 9. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_9_35

37. Багрова І. В. та інші Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. - К.: Центр навчальної літератури, 2014. - 580 с

38. Приварникова І.Ю., Терехова М.В. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємств // Економічний простір. – 2008. – №13. – С. 260-268;

39. Завьялов П. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения // Маркетинг. – 2008. – № 10. – С. 45-49;

40. Соболева-Терещенко О. А. Комплексна оцінка експорту товарів // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – №2. – С. 12-13;

41. Хоменко Т.Ю., Круш П.В. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю. К: Нац. техн. ун-т України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». – 2017.

42. Булатова А.С. Економіка / А.С. Булатова. – К.: МОЛОДЬ, 2012. – 600 с

43. Прокушев Е.Ф. Зовнішньоекономічна діяльність / Е.Ф. Прокушев. – Тернопіль: Астон, 2013. – 320 с
44. Дем'яненко А. Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия / А. Г. Дем'яненко // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 2
45. Погребняк А.Ю. Еволюція наукових поглядів на сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність» / А.Ю.Погребняк, Т.Ю. Хоменко// Сучасні проблеми економіки і підприємництва : Збірник наукових праць. – Випуск 18. – Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка»,- 2016.
46. Солоха Д.В. Теоретико-методичні основи оцінки рівня інноваційного потенціалу промислового регіону / Д.В. Солоха // Економіка розвитку, 2010. – № 4 (56). – С. 42–44
47. Мельник Т.М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т.М. Мельник // Міжнародна економічна політика: наук. журнал, 2009. – № 8–9. – С. 221–245.
48. Чернега О. М. Критерії та показники фінансово-економічної безпеки підприємства / О. М. Чернега //- 2013. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1289>.
49. Шумпетер И. Теорія економічного розвитку / И. Шумпетер – К.:Catallaxy, 2014. – 198 с.
50. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурूपій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
51. Скоропад І.С., Герасименко С.І. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв'язків // Вісн. нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2007. – №469. – С. 498-502;
52. Філатова Г.О. Оптимізація структури експорту як елемент організаційно-економічного механізму визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – К.: Знання України, 2009. – 24с.;
53. Мельник Т.М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції: монографія. - К.: КНТЕУ, 2007;

54. Грачев Ю.П. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций: Учеб.- практ. пособие. - М.: АО Бизнес Школа, 2007;
55. Філатова Г.О. Оптимізація структури експорту як елемент організаційно-економічного механізму визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – К.: Знання України, 2009. – 24с.;
56. Князь С.В. Экспортный потенциал підприємства в системі системи менеджменту природоохоронної діяльності [Електронний ресурс] / С.В. Князь, Н.М. Байдала, Р.Б. Вільгуцька // Ефективна економіка, 2013. – № 8. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2222>
57. Офіційни сайт ООО "Fruit Master Foods"// . - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://fruitmastergroup.com/>
58. Official site «Fruit juice focus». Total fruit juices and nectars in EU"// . - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.fruitjuicefocus.com/category/trade-data/page/2/>
59. Сльоз А. Дослідження українського ринку соків за 2011-2017 рр.//Офіційний сайт брендового агенства KOLORO. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-ukrainskogo-rinka-sokov.html>
60. АДАПТАЦІЯ ДО ЗАКОНОДАВСТВА ЄС: у фокусі малі та середні виробники аграрної продукції// «Зелене досьє», «Органічна Україна», «Інститут дослідження адаптації законодавства», - 2018. [Електронний ресурс]. - Режим доступу:http://www.dossier.org.ua/sites/default/files/eu_farmers_a4_for_web_pages_final.pdf
61. ПРЕСС-ЦЕНТР: Анализ рынка соков. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pro-consulting.ua/press/analytics-and-finance/rynok-soka/>
62. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
63. Сайт Національного банку України. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://bank.gov.ua>

64. Офіційний сайт Youcontrol: Товариство з обмеженою відповідальністю «Фрут Майстер Фудс». - Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/register/>

65. Trendrr.Top 10 Best Packaged Fruit Juice Brands In The World - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.trendrr.net/8463/best-most-famous-packaged-fruit-juice-brands-world-top-10/#10_Frooti

66. Методика виконання розрахунків, розрахунок середньозваженої вартості капіталу та складання графіку обслуговування боргу наведена в навчальному посібнику: Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент: [навч. посібник] / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – [3-тє вид.]. – К.: Знання, 2008. – 456 с.

67. Офіційний сайт «World Expo»//Міжнародні иставки. Економічний портал. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://worldexpo.pro>

Додаток А

Підприємство
Територія
Організаційно-прі
Вид економічної і
Середня кількість

Адреса, телефон вулиця Б.Амельницького, буд. 163, м. БЕРЕГ ОВЕ, ЗАКАРПАТСЬКА обл., 90202

42143

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

| |
|---|
| V |
|---|

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31 грудня 2013 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

| А К Т И В | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|---|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи | 1000 | 21 | 510 |
| первісна вартість | 1001 | 1 599 | 2 599 |
| накопичена амортизація | 1002 | 1 578 | 2 089 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 38 | 38 |
| Основні засоби | 1010 | 7 865 | 14 621 |
| первісна вартість | 1011 | 14 730 | 23 513 |
| знос | 1012 | 6 865 | 8 892 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | - | - |
| первісна вартість | 1016 | - | - |
| знос | 1017 | - | - |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| первісна вартість | 1021 | - | - |
| накопичена амортизація | 1022 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | 33 430 | 25 145 |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | - | - |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | - | - |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | - | - |
| Гудвіл | 1050 | - | - |
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах | 1065 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 41 354 | 40 314 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 7 232 | 3 024 |
| Виробничі запаси | 1101 | 2 157 | 338 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 731 | 17 |
| Готова продукція | 1103 | 3 385 | 2 501 |
| Товари | 1104 | 959 | 168 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Депозити перестраховування | 1115 | - | - |
| Векселі одержані | 1120 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 25 356 | 36 472 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | - | - |
| з бюджетом | 1135 | 6 025 | 5 901 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| з нарахованих доходів | 1140 | - | - |
| із внутрішніх розрахунків | 1145 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 5 015 | 3 488 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 474 | 597 |
| Готівка | 1166 | - | - |
| Рахунки в банках | 1167 | 474 | 597 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 47 | 48 |
| Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань | 1181 | - | - |
| резервах збитків або резервах належних виплат | 1182 | - | - |
| резервах незароблених премій | 1183 | - | - |

| | | | |
|---|-------------|---------------|---------------|
| інших страхових резервах | 1184 | - | - |
| Інші оборотні активи | 1190 | 1 081 | 4 114 |
| Усього за розділом II | 1195 | 45 230 | 53 644 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 86 584 | 93 958 |

| Пасив | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|--|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 17 357 | 17 357 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | - | - |
| Капітал у дооцінках | 1405 | - | - |
| Додатковий капітал | 1410 | 7 | 7 |
| Емісійний дохід | 1411 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 555 | 3 514 |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Вилучений капітал | 1430 | (-) | (-) |
| Інші резерви | 1435 | - | - |
| Усього за розділом I | 1495 | 17 919 | 20 878 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | - | - |
| Пенсійні зобов'язання | 1505 | - | - |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | - | 1 650 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 46 716 | 45 694 |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | - | - |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу | 1521 | - | - |
| Цільове фінансування | 1525 | - | - |
| Благодійна допомога | 1526 | - | - |
| Страхові резерви | 1530 | - | - |
| у тому числі: | 1531 | - | - |
| резерв довгострокових зобов'язань | | | |
| резерв збитків або резерв належних виплат | 1532 | - | - |
| резерв незароблених премій | 1533 | - | - |
| інші страхові резерви | 1534 | - | - |
| Інвестиційні контракти | 1535 | - | - |
| Призовий фонд | 1540 | - | - |
| Резерв на виплату джек-поту | 1545 | - | - |
| Усього за розділом II | 1595 | 46 716 | 47 344 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Векселі видані | 1605 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 18 531 | 18 892 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 15 | 7 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 40 | 25 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 93 | 81 |
| за одержаними авансами | 1635 | - | - |
| за розрахунками з учасниками | 1640 | - | - |
| із внутрішніх розрахунків | 1645 | - | - |
| за страховою діяльністю | 1650 | - | - |
| Поточні забезпечення | 1660 | - | - |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків | 1670 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 3 270 | 6 731 |
| Усього за розділом III | 1695 | 21 949 | 25 736 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду | 1800 | - | - |
| Баланс | 1900 | 86 584 | 93 958 |

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



Додаток А.1

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число)

| КОДИ | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|
| 2 | 0 | 1 | 4 | 1 | 2 |
| 3 | 1 | | | | |
| за ЄДРПОУ | | | | | |
| 35771408 | | | | | |
| за КОАТУУ | | | | | |
| 2110200000 | | | | | |
| за КОПФГ | | | | | |
| 240 | | | | | |
| за КВЕД | | | | | |
| 10.32 | | | | | |

Підприємство **ТОВ Фрут Майстер Фудс"**Територія **ЗАКАРПАТСЬКА**Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю**Вид економічної діяльності **Виробництво фруктових і овочевих соків**Середня кількість працівників **1 232**Адреса, телефон **вулиця Б.Хмельницького, буд. 163, м. БЕРЕГОВЕ, ЗАКАРПАТСЬКА обл., 90202**

42143

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

| |
|---|
| V |
|---|

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на **31 грудня** **2014** р.

Форма №1 Код за ДКУД

1801001

| А К Т И В | Код рядка | На початок звітної періоду | На кінець звітної періоду |
|--|--------------|-------------------------------|------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи | 1000 | 510 | - |
| первісна вартість | 1001 | 2 599 | 2 599 |
| накопичена амортизація | 1002 | 2 089 | 2 599 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 38 | 38 |
| Основні засоби | 1010 | 14 621 | 15 402 |
| первісна вартість | 1011 | 23 513 | 28 666 |
| знос | 1012 | 8 892 | 13 264 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | - | - |
| первісна вартість | 1016 | - | - |
| знос | 1017 | - | - |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| первісна вартість | 1021 | - | - |
| накопичена амортизація | 1022 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | 25 145 | 18 223 |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | - | - |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | - | - |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | - | - |
| Гудвіл | 1050 | - | - |
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах | 1065 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 40 314 | 33 663 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 3 024 | 5 808 |
| Виробничі запаси | 1101 | 338 | 2 393 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 17 | 395 |
| Готова продукція | 1103 | 2 501 | 2 663 |
| Товари | 1104 | 168 | 357 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Депозити перестраховування | 1115 | - | - |
| Векселі одержані | 1120 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 36 472 | 52 295 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | - | - |
| з бюджетом | 1135 | 5 901 | 3 057 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | 219 |
| з нарахованих доходів | 1140 | - | - |
| із внутрішніх розрахунків | 1145 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 3 488 | 11 107 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 597 | 2 326 |
| Готівка | 1166 | - | - |
| Рахунки в банках | 1167 | 597 | 470 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 48 | 44 |
| Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань | 1180 | - | - |
| резервах збитків або резервах належних виплат | 1182 | - | - |
| резервах незароблених премій | 1183 | - | - |

| | | | |
|---|-------------|---------------|----------------|
| інших страхових резервах | 1184 | - | - |
| Інші оборотні активи | 1190 | 4 114 | 5 289 |
| Усього за розділом II | 1195 | 53 644 | 79 926 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 93 958 | 113 589 |

| Пасив | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|--|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 17 357 | 17 357 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | - | - |
| Капітал у дооцінках | 1405 | - | - |
| Додатковий капітал | 1410 | 7 | 1 318 |
| Емісійний дохід | 1411 | - | - |
| Пакопичені курсові різниці | 1412 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 3 514 | 407 |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Вилучений капітал | 1430 | (-) | (-) |
| Інші резерви | 1435 | - | - |
| Усього за розділом I | 1495 | 20 878 | 19 082 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | - | - |
| Пенсійні зобов'язання | 1505 | - | - |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | 1 650 | 6 508 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 45 694 | 58 758 |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | - | - |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу | 1521 | - | - |
| Цільове фінансування | 1525 | - | - |
| Благодійна допомога | 1526 | - | - |
| Страхові резерви | 1530 | - | - |
| у тому числі: | 1531 | - | - |
| резерв довгострокових зобов'язань | | - | - |
| резерв збитків або резерв належних виплат | 1532 | - | - |
| резерв незароблених премій | 1533 | - | - |
| інші страхові резерви | 1534 | - | - |
| Інвестиційні контракти | 1535 | - | - |
| Призовий фонд | 1540 | - | - |
| Резерв на виплату джек-поту | 1545 | - | - |
| Усього за розділом II | 1595 | 47 344 | 65 266 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Векселі видані | 1605 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 18 892 | 19 630 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 7 | 36 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 25 | 23 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 81 | 80 |
| за одержаними авансами | 1635 | - | - |
| за розрахунками з учасниками | 1640 | - | - |
| із внутрішніх розрахунків | 1645 | - | - |
| за страховою діяльністю | 1650 | - | - |
| Поточні забезпечення | 1660 | - | - |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків | 1670 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 6 731 | 9 472 |
| Усього за розділом III | 1695 | 25 736 | 29 241 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду | 1800 | - | - |
| Баланс | 1900 | 93 958 | 113 589 |

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток А.2

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство **ТОВ Фрут Майстер Фудс**
Територія **ЗАКАРПАТСЬКА**
Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю**
Вид економічної діяльності **Виробництво фруктових і овочевих соків**
Середня кількість працівників **1 158**
Адреса, телефон **вулиця Б.Хмельницького, буд. 163, м. БЕРЕГОВЕ, ЗАКАРПАТСЬКА обл., 90202**
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

| КОДИ | | |
|------------|----|----|
| 2016 | 01 | 01 |
| за ЄДРПОУ | | |
| 35771408 | | |
| за КОАТУУ | | |
| 2110200000 | | |
| за КОПФГ | | |
| 240 | | |
| за КВЕД | | |
| 10.32 | | |

| |
|---|
| V |
| - |

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на **31 грудня 2015** р.

Форма №1 Код за ДКУД **1801001**

| А К Т И В | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|---|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи | 1000 | - | 792 |
| первісна вартість | 1001 | 2 599 | 3 600 |
| накопичена амортизація | 1002 | 2 599 | 2 808 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 38 | 54 |
| Основні засоби | 1010 | 15 402 | 11 152 |
| первісна вартість | 1011 | 28 666 | 28 012 |
| знос | 1012 | 13 264 | 16 860 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | - | - |
| Первісна вартість інвестиційної нерухомості | 1016 | - | - |
| Знос інвестиційної нерухомості | 1017 | - | - |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| Первісна вартість довгострокових біологічних активів | 1021 | - | - |
| Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів | 1022 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | 18 223 | 16 222 |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | - | - |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | - | - |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | - | - |
| Гудвіл | 1050 | - | - |
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах | 1065 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 33 663 | 28 220 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 5 808 | 26 394 |
| Виробничі запаси | 1101 | 2 393 | 6 313 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 395 | 17 743 |
| Готова продукція | 1103 | 2 663 | 1 993 |
| Товари | 1104 | 357 | 345 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Депозити перестраховування | 1115 | - | - |
| Векселі одержані | 1120 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 52 295 | 43 971 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | - | - |
| з бюджетом | 1135 | 3 057 | 3 379 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів | 1140 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків | 1145 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 11 107 | 10 629 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 2 326 | 40 |
| Готівка | 1166 | - | - |
| Рахунки в банках | 1167 | 470 | 40 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 44 | 73 |
| Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань | 1181 | - | - |
| резервах збитків або резервах належних виплат | 1182 | - | - |
| резервах незароблених премій | 1183 | - | - |

| | | | |
|---|-------------|----------------|----------------|
| них страхових резервах | 1184 | - | - |
| інші оборотні активи | 1190 | 5 289 | 13 377 |
| Усього за розділом II | 1195 | 79 926 | 97 863 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 113 589 | 126 083 |

| Пасив | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|--|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 17 357 | 17 357 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | - | - |
| Капітал у дооцінках | 1405 | - | - |
| Додатковий капітал | 1410 | 1 318 | 1 318 |
| Емісійний дохід | 1411 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 407 | (9 823) |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Вилучений капітал | 1430 | (-) | (-) |
| Інші резерви | 1435 | - | - |
| Усього за розділом I | 1495 | 19 082 | 8 852 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | - | - |
| Пенсійні зобов'язання | 1505 | - | - |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | 6 508 | 6 972 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 58 758 | 74 743 |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | - | - |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу | 1521 | - | - |
| Цільове фінансування | 1525 | - | - |
| Благодійна допомога | 1526 | - | - |
| Страхові резерви | 1530 | - | - |
| у тому числі: | 1531 | - | - |
| резерв довгострокових зобов'язань | | - | - |
| резерв збитків або резерв належних виплат | 1532 | - | - |
| резерв незароблених премій | 1533 | - | - |
| інші страхові резерви | 1534 | - | - |
| Інвестиційні контракти | 1535 | - | - |
| Призовий фонд | 1540 | - | - |
| Резерв на виплату джек-поту | 1545 | - | - |
| Усього за розділом II | 1595 | 65 266 | 81 715 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Векселі видані | 1605 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 19 630 | 15 993 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 36 | 45 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 23 | 35 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 80 | 60 |
| Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами | 1635 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками | 1640 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків | 1645 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю | 1650 | - | - |
| Поточні забезпечення | 1660 | - | - |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків | 1670 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 9 472 | 19 383 |
| Усього за розділом III | 1695 | 29 241 | 35 516 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду | 1800 | - | - |
| Баланс | 1900 | 113 589 | 126 083 |

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток А.3

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

| | | | | | |
|---|--|---------------------------|------------|----|----|
| Підприємство | ТОВ Фрут Майстер Фудс" | Дата (рік, місяць, число) | 2017 | 01 | 01 |
| Територія | ЗАКАРПАТСЬКА | за ЄДРПОУ | 35771408 | | |
| Організаційно-правова форма господарювання | Товариство з обмеженою відповідальністю | за КОАТУУ | 2110200000 | | |
| Вид економічної діяльності | Виробництво фруктових і овочевих соків | за КОПФГ | 240 | | |
| Середня кількість працівників | 113 | за КВЕД | 10.32 | | |
| Адреса, телефон | вулиця Б.Хмельницького, буд. 163, м. БЕРЕГОВЕ, ЗАКАРПАТСЬКА обл., 90202 | | 42143 | | |
| Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками) | | | | | |
| Складено (зробити позначку "у" у відповідній клітинці): | | | | | |
| за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку | | | | | |
| за міжнародними стандартами фінансової звітності | | | | | |

| |
|---|
| V |
|---|

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2016 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

| А К Т И В | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|---|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи | 1000 | 792 | - |
| первісна вартість | 1001 | 3 600 | 3 600 |
| накопичена амортизація | 1002 | 2 808 | 3 600 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 54 | 38 |
| Основні засоби | 1010 | 11 152 | 8 931 |
| первісна вартість | 1011 | 28 012 | 29 452 |
| знос | 1012 | 16 860 | 20 521 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | - | - |
| Первісна вартість інвестиційної нерухомості | 1016 | - | - |
| Знос інвестиційної нерухомості | 1017 | - | - |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| Первісна вартість довгострокових біологічних активів | 1021 | - | - |
| Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів | 1022 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | 16 222 | 16 223 |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | - | - |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | - | - |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | - | - |
| Гудвіл | 1050 | - | - |
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах | 1065 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 28 220 | 25 192 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 26 394 | 23 895 |
| Виробничі запаси | 1101 | 6 313 | 4 601 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 17 743 | 13 989 |
| Готова продукція | 1103 | 1 993 | 4 899 |
| Товари | 1104 | 345 | 406 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Депозити перестраховання | 1115 | - | - |
| Векселі одержані | 1120 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 43 971 | 43 247 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | - | - |
| з бюджетом | 1135 | 3 379 | 2 200 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів | 1140 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків | 1145 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 10 629 | 11 501 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 40 | 192 |
| Готівка | 1166 | - | - |
| Рахунки в банках | 1167 | 40 | 192 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 73 | 82 |
| Частка перестраховика у страхових резервах | 1180 | - | - |
| у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань | 1181 | - | - |
| резервах збитків або резервах належних виплат | 1182 | - | - |
| резервах незароблених премій | 1183 | - | - |

| | | | |
|---|-------------|----------------|----------------|
| інших страхових резервах | 1184 | - | - |
| Інші оборотні активи | 1190 | 13 377 | 14 670 |
| Усього за розділом II | 1195 | 97 863 | 95 787 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 126 083 | 120 979 |

| Пасив | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|--|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 17 357 | 17 357 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | - | - |
| Капітал у дооцінках | 1405 | - | - |
| Додатковий капітал | 1410 | 1 318 | 1 318 |
| Емісійний дохід | 1411 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | (9 823) | (18 954) |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Вилучений капітал | 1430 | (-) | (-) |
| Інші резерви | 1435 | - | - |
| Усього за розділом I | 1495 | 8 852 | (279) |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | - | - |
| Пенсійні зобов'язання | 1505 | - | - |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | 6 972 | 8 712 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 74 743 | 77 745 |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | - | - |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу | 1521 | - | - |
| Цільове фінансування | 1525 | - | - |
| Благодійна допомога | 1526 | - | - |
| Страхові резерви | 1530 | - | - |
| у тому числі: | 1531 | - | - |
| резерв довгострокових зобов'язань | | | |
| резерв збитків або резерв належних виплат | 1532 | - | - |
| резерв незароблених премій | 1533 | - | - |
| інші страхові резерви | 1534 | - | - |
| Інвестиційні контракти | 1535 | - | - |
| Призовий фонд | 1540 | - | - |
| Резерв на виплату джек-поту | 1545 | - | - |
| Усього за розділом II | 1595 | 81 715 | 86 457 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Векселі видані | 1605 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 15 993 | 19 026 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 45 | 2 691 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 35 | - |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 60 | 118 |
| Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами | 1635 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками | 1640 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків | 1645 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю | 1650 | - | - |
| Поточні забезпечення | 1660 | - | - |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків | 1670 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 19 383 | 12 966 |
| Усього за розділом III | 1695 | 35 516 | 34 801 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду | 1800 | - | - |
| Баланс | 1900 | 126 083 | 120 979 |

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРІЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток А.4

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство ТОВ Фрут Майстер Фудс" Дата (рік, місяць, число) 2018 | 01 | 01
 Територія ЗАКАРПАТСЬКА за СДРПОУ 35771408
 Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю за КОАТУУ 2110200000
 Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків за КОПФГ 240
 Середня кількість працівників 1 | 83 за КВЕД 10.32
 Адреса, телефон вулиця Б.Хмельницького, буд. 163, м. БЕРЕГОВЕ, ЗАКАРПАТСЬКА обл., 90202 42143
 Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
 Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

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

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

| А К Т И В | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|---|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи | 1000 | - | 416 |
| первісна вартість | 1001 | 3 600 | 4 099 |
| накопичена амортизація | 1002 | 3 600 | 3 683 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 38 | - |
| Основні засоби | 1010 | 8 931 | 10 098 |
| первісна вартість | 1011 | 29 452 | 33 063 |
| знос | 1012 | 20 521 | 22 965 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | - | - |
| Первісна вартість інвестиційної нерухомості | 1016 | - | - |
| Знос інвестиційної нерухомості | 1017 | - | - |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| Первісна вартість довгострокових біологічних активів | 1021 | - | - |
| Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів | 1022 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | 16 223 | 16 223 |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | - | - |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | - | - |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | - | - |
| Гудвіл | 1050 | - | - |
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах | 1065 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 25 192 | 26 737 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 23 895 | 12 674 |
| Виробничі запаси | 1101 | 4 601 | 5 815 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 13 989 | 4 267 |
| Готова продукція | 1103 | 4 899 | 2 526 |
| Товари | 1104 | 406 | 66 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Депозити перестраховування | 1115 | - | - |
| Векселі одержані | 1120 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 43 247 | 39 545 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | - | - |
| з бюджетом | 1135 | 2 200 | 117 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів | 1140 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків | 1145 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 11 501 | 12 529 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 192 | 20 |
| Готівка | 1166 | - | - |
| Рахунки в банках | 1167 | 192 | 20 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 82 | 47 |
| Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань | 1181 | - | - |
| резервах збитків або резервах належних виплат | 1182 | - | - |
| резервах незароблених премій | 1183 | - | - |

| | | | |
|---|-------------|----------------|---------------|
| інших страхових резервах | 1184 | - | - |
| Інші оборотні активи | 1190 | 14 670 | 4 184 |
| Усього за розділом II | 1195 | 95 787 | 69 116 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 120 979 | 95 853 |

| Пасив | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|--|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 17 357 | 17 357 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | - | - |
| Капітал у дооцінках | 1405 | - | - |
| Додатковий капітал | 1410 | 1 318 | 1 318 |
| Емісійний дохід | 1411 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | (18 954) | (30 742) |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Вилучений капітал | 1430 | (-) | (-) |
| Інші резерви | 1435 | - | - |
| Усього за розділом I | 1495 | (279) | (12 067) |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | - | - |
| Пенсійні зобов'язання | 1505 | - | - |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | 8 712 | 4 739 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 77 745 | 79 344 |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | - | - |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу | 1521 | - | - |
| Цільове фінансування | 1525 | - | - |
| Благодійна допомога | 1526 | - | - |
| Страхові резерви | 1530 | - | - |
| у тому числі: | 1531 | - | - |
| резерв довгострокових зобов'язань | | | |
| резерв збитків або резерв належних виплат | 1532 | - | - |
| резерв незароблених премій | 1533 | - | - |
| інші страхові резерви | 1534 | - | - |
| Інвестиційні контракти | 1535 | - | - |
| Призовий фонд | 1540 | - | - |
| Резерв на виплату джек-поту | 1545 | - | - |
| Усього за розділом II | 1595 | 86 457 | 84 083 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Векселі видані | 1605 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 19 026 | 21 652 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 2 691 | - |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | - | 48 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 118 | 88 |
| Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами | 1635 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками | 1640 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків | 1645 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за страхового діяльністью | 1650 | - | - |
| Поточні забезпечення | 1660 | - | - |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків | 1670 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 12 966 | 2 049 |
| Усього за розділом III | 1695 | 34 801 | 23 837 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду | 1800 | - | - |
| Баланс | 1900 | 120 979 | 95 853 |

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток Б

Підприємство **ТОВ Фрут Майстер Фудс"**

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

| КОДИ | | | |
|----------|---|---|---|
| 2 | 0 | 1 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 1 |
| 35771408 | | | |

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за рік 2013 р.Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 78 086 | 81 462 |
| Чисті зароблені страхові премії | 2010 | - | - |
| Премії підписані, валова сума | 2011 | - | - |
| Премії, передані у перестраховання | 2012 | - | - |
| Зміна резерву незароблених премій, валова сума | 2013 | - | - |
| Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій | 2014 | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (58 161) | (63 974) |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 2070 | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 19 925 | 17 488 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань | 2105 | - | - |
| Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів | 2110 | - | - |
| Зміна інших страхових резервів, валова сума | 2111 | - | - |
| Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах | 2112 | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | 16 931 | 8 972 |
| Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | 2121 | - | - |
| Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | 2122 | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (3 757) | (3 714) |
| Витрати на збут | 2150 | (10 964) | (9 091) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (17 857) | (12 303) |
| Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | 2181 | - | - |
| Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | 2182 | - | - |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | 4 278 | 1 352 |
| збиток | 2195 | (-) | (-) |
| Доход від участі в капіталі | 2200 | - | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | - | - |
| Інші доходи | 2240 | - | 9 |
| Дохід від благодійної допомоги | 2241 | - | - |
| Фінансові витрати | 2250 | (176) | (159) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |
| Інші витрати | 2270 | (13) | (35) |
| Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті | 2275 | - | - |
| Фінансовий результат до оподаткування: | | | |
| прибуток | 2290 | 4 089 | 1 167 |
| збиток | 2295 | (-) | (-) |

Продовження додатка 2

| | | | |
|---|------|---------|-------|
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | (1 130) | (671) |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | 2 959 | 496 |
| збиток | 2355 | (-) | (-) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | 2 959 | 496 |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 53 397 | 58 257 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 1 980 | 2 036 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 713 | 742 |
| Амортизація | 2515 | 2 538 | 2 128 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 30 123 | 37 768 |
| Разом | 2550 | 88 751 | 100 931 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА



Додаток Б.1

Підприємство ТОВ Фрут Майстер Фудс"

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

| КОДИ | | | |
|----------|---|---|---|
| 2 | 0 | 1 | 4 |
| 1 | 2 | 3 | 1 |
| 35771408 | | | |

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за рік 2014 р.Форма №2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 86 595 | 78 086 |
| Чисті зароблені страхові премії | 2010 | - | - |
| Премії підписані, валова сума | 2011 | - | - |
| Премії, передані у перестраховування | 2012 | - | - |
| Зміна резерву незароблених премій, валова сума | 2013 | - | - |
| Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій | 2014 | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (66 060) | (58 161) |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 2070 | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 20 535 | 19 925 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань | 2105 | - | - |
| Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів | 2110 | - | - |
| Зміна інших страхових резервів, валова сума | 2111 | - | - |
| Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах | 2112 | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | 17 715 | 16 931 |
| Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | 2121 | - | - |
| Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | 2122 | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (4 170) | (3 757) |
| Витрати на збут | 2150 | (11 467) | (10 964) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (26 503) | (17 857) |
| Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | 2181 | - | - |
| Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | 2182 | - | - |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | - | 4 278 |
| збиток | 2195 | (3 890) | (-) |
| Доход від участі в капіталі | 2200 | 1 | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | - | - |
| Інші доходи | 2240 | 14 982 | - |
| Дохід від благодійної допомоги | 2241 | - | - |
| Фінансові витрати | 2250 | (903) | (176) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |
| Інші витрати | 2270 | (12 394) | (13) |
| Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті | 2275 | - | - |
| Фінансовий результат до оподаткування: | | | |
| прибуток | 2290 | - | 4 089 |
| збиток | 2295 | (2 204) | (-) |

Продовження додатка 2

| | | | |
|---|------|-----------|---------|
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | (903) | (1 130) |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | - | 2 959 |
| збиток | 2355 | (3 107) | (-) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | (3 107) | 2 959 |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 63 976 | 53 397 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 2 083 | 1 980 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 758 | 713 |
| Амортизація | 2515 | 5 249 | 2 538 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 38 637 | 30 123 |
| Разом | 2550 | 110 703 | 88 751 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА



Додаток Б.2

Підприємство **ТОВ Фрут Майстер Фудс"**

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

| КОДИ | | |
|----------|----|----|
| 2016 | 01 | 01 |
| 35771408 | | |

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2015 р.Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 64 976 | 86 595 |
| Чисті зароблені страхові премії | 2010 | - | - |
| <i>премії підписані, валова сума</i> | 2011 | - | - |
| <i>премії, передані у перестраховування</i> | 2012 | - | - |
| <i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i> | 2013 | - | - |
| <i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i> | 2014 | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (48 732) | (66 060) |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 2070 | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 16 244 | 20 535 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань | 2105 | - | - |
| Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів | 2110 | - | - |
| <i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i> | 2111 | - | - |
| <i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i> | 2112 | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | 29 630 | 17 715 |
| у тому числі: | 2121 | - | - |
| <i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | | | |
| <i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | 2122 | - | - |
| <i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i> | 2123 | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (3 993) | (4 170) |
| Витрати на збут | 2150 | (6 612) | (11 467) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (43 562) | (26 503) |
| у тому числі: | 2181 | - | - |
| <i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | | | |
| <i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | 2182 | - | - |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | - | - |
| збиток | 2195 | (8 293) | (3 890) |
| Доход від участі в капіталі | 2200 | - | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | - | - |
| Інші доходи | 2240 | 2 885 | 14 982 |
| у тому числі: | 2241 | - | - |
| <i>дохід від благодійної допомоги</i> | | | |
| Фінансові витрати | 2250 | (1 968) | (903) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |
| Інші витрати | 2270 | (2 854) | (12 394) |
| Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті | 2275 | - | - |

| Фінансовий результат до оподаткування: | | Продовження додатка 2 | |
|---|------|-----------------------|-----------|
| прибуток | 2290 | - | - |
| збиток | 2295 | (10 230) | (2 205) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | - | (903) |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | - | - |
| збиток | 2355 | (10 230) | (3 108) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | (10 230) | (3 108) |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 61 883 | 63 976 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 1 701 | 2 083 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 986 | 758 |
| Амортизація | 2515 | 3 868 | 5 249 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 53 228 | 38 637 |
| Разом | 2550 | 121 666 | 110 703 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРІЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

Додаток Б.3

Підприємство ТОВ Фрут Майстер Фудс"

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

| КОДИ | | |
|----------|----|----|
| 2017 | 01 | 01 |
| 35771408 | | |

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2016 Р.Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 60 035 | 64 976 |
| <i>Чисті зароблені страхові премії</i> | <i>2010</i> | - | - |
| <i>премії підписані, валова сума</i> | <i>2011</i> | - | - |
| <i>премії, передані у перестраховування</i> | <i>2012</i> | - | - |
| <i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i> | <i>2013</i> | - | - |
| <i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i> | <i>2014</i> | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (54 563) | (48 732) |
| <i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i> | <i>2070</i> | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 5 472 | 16 244 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| <i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i> | <i>2105</i> | - | - |
| <i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i> | <i>2110</i> | - | - |
| <i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i> | <i>2111</i> | - | - |
| <i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i> | <i>2112</i> | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | 32 004 | 29 630 |
| <i>у тому числі:</i> | <i>2121</i> | - | - |
| <i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | | | |
| <i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | <i>2122</i> | - | - |
| <i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i> | <i>2123</i> | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (5 181) | (3 993) |
| Витрати на збут | 2150 | (4 775) | (6 612) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (34 155) | (43 562) |
| <i>у тому числі:</i> | <i>2181</i> | - | - |
| <i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | | | |
| <i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | <i>2182</i> | - | - |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | - | - |
| збиток | 2195 | (6 635) | (8 293) |
| Доход від участі в капіталі | 2200 | - | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | - | - |
| Інші доходи | 2240 | 5 702 | 2 885 |
| <i>у тому числі:</i> | <i>2241</i> | - | - |
| <i>дохід від благодійної допомоги</i> | | | |
| Фінансові витрати | 2250 | (2 177) | (1 968) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |
| Інші витрати | 2270 | (6 021) | (2 854) |
| <i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i> | <i>2275</i> | - | - |

Продовження додатка 2

| | | | |
|---|------|-----------|------------|
| Фінансовий результат до оподаткування: | | | |
| прибуток | 2290 | - | - |
| збиток | 2295 | (9 131) | (10 230) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | - | - |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | - | - |
| збиток | 2355 | (9 131) | (10 230) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | (9 131) | (10 230) |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 51 880 | 61 883 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 2 697 | 1 701 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 646 | 986 |
| Амортизація | 2515 | 4 462 | 3 868 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 40 125 | 53 228 |
| Разом | 2550 | 99 810 | 121 666 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРИЄЛЛА МИКОЛАЇВНА

Додаток Б.4

Підприємство **ТОВ Фрут Майстер Фудс"**

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ

2018 | 01 | 01
35771408Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2017 р.Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 45 667 | 60 035 |
| <i>Чисті зароблені страхові премії</i> | <i>2010</i> | - | - |
| <i>премії підписані, валова сума</i> | <i>2011</i> | - | - |
| <i>премії, передані у перестраховання</i> | <i>2012</i> | - | - |
| <i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i> | <i>2013</i> | - | - |
| <i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i> | <i>2014</i> | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (38 333) | (54 563) |
| <i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i> | <i>2070</i> | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 7 334 | 5 472 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| <i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i> | <i>2105</i> | - | - |
| <i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i> | <i>2110</i> | - | - |
| <i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i> | <i>2111</i> | - | - |
| <i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i> | <i>2112</i> | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | 23 254 | 32 004 |
| <i>у тому числі:</i> | <i>2121</i> | - | - |
| <i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | | | |
| <i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | <i>2122</i> | - | - |
| <i>дохід від використання коштів, звільнених від оподаткування</i> | <i>2123</i> | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (3 158) | (5 181) |
| Витрати на збут | 2150 | (1 827) | (4 775) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (35 065) | (34 155) |
| <i>у тому числі:</i> | <i>2181</i> | - | - |
| <i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | | | |
| <i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | <i>2182</i> | - | - |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | - | - |
| збиток | 2195 | (9 462) | (6 635) |
| Доход від участі в капіталі | 2200 | - | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 90 | - |
| Інші доходи | 2240 | 1 | 5 702 |
| <i>у тому числі:</i> | <i>2241</i> | - | - |
| <i>дохід від благодійної допомоги</i> | | | |
| Фінансові витрати | 2250 | (2 390) | (2 177) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |
| Інші витрати | 2270 | (27) | (6 021) |
| <i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i> | <i>2275</i> | - | - |

Продовження додатка 2

| | | | |
|---|------|------------|-----------|
| Фінансовий результат до оподаткування: | | | |
| прибуток | 2290 | - | - |
| збиток | 2295 | (11 788) | (9 131) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | - | - |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | - | - |
| збиток | 2355 | (11 788) | (9 131) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | (11 788) | (9 131) |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 29 160 | 51 880 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 3 306 | 2 697 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 776 | 646 |
| Амортизація | 2515 | 2 527 | 4 462 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 34 800 | 40 125 |
| Разом | 2550 | 70 569 | 99 810 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

СОБОЛЬ ДМИТРО АНАТОЛІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

ЛЮБЧЕНКО ГАБРІЄЛЛА МИКОЛАЇВНА



МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА СИСТЕМА СЕРТИФІКАЦІЇ УкрСЕПРО

Серія ДІ

СЕРТИФІКАТ ВІДПОВІДНОСТІ

Зареєстровано в Реєстрі за № UA1.027.X001531-17
Зареєстрован в Реєстрі

Термін дії з **28 юлія 2017г.** по **15 юнія 2019г.**
Срок діявья с

Продукція Нектары в асортименте, сок томатный с солью с мякотью ТМ 'Моя
Продукция семья' и нектар томатный с солью с мякотью ТМ 'Береговский
консервный завод' согласно приложения №1 (12 наименований).

код УКТ ЗЕД, ТН ЗЕД

10.32

код ДКПП, ОКП

Відповідає вимогам установленними в ТУ У 15.3-30953330-002-2004 'Консерви. Соки та
Соответствует требованиям нектари фруктови, овочеві, овочево-фруктові . ТУ'

Виробник продукції ООО 'Фрут Майстер Фудс', Украина, Закарпатская область, г. Берегово, ул.
Изготовитель продукции Б. Хмельницкого, 163. Код ЄГРПОУ 35771408. Адресс производственных
мощностей: Украина, Закарпатська область, г. Берегово, ул. Б. Хмельни-
ницкого, 163, Ж, Д.

Сертифікат видано ООО 'Фрут Майстер Фудс', Украина, Закарпатская область, г. Берегово, ул.
Сертификат выдан Б. Хмельницкого, 163. Код ЄГРПОУ 35771408.

Додаткова інформація Нектары в асортименте, сок томатный с солью с мякотью ТМ 'Моя семья'
Дополнительная информация фасованные в пакеты из комбинированного материала (типа Tetra Pak)
емкостью 0,2л, 0,95л, 1,93л, изготавливаемые серийно с 16.06.2017г. до
15.06.2019г. с учетом срока годности к употреблению. Технический надзор
проводит один раз в полгода согласно Программы технического надзора.

Сертифікат видано органом з сертифікації ГП 'Закарпатьестандартметрологія', г. Ужгород, ул.
Сертификат выдан органом по сертификации Тихая, 3, свидетельство о назначении №UA.P.027
Приказ №928 от 04.08.2014г., т. 61-30-19.

На підставі протоколов сертификационных исследований: №№920/1-925/1, №№928/1-931/1
На основании и №№ 926-931 от 14.06.2017г. выданных ИЦ ГП 'Ивано-Франковский научно-
производственный центр стандартизации, метрологии и сертификации',
аттестат аккредитации №2Н098 от 20.06.2014г., акта обследования
производства №5-1/4-1.011 от 19.06.2017г.

Керівник органу з сертифікації
Руководитель органа по сертификации

М.П.

підпис

В. В. Пиняшко

ініціали, прізвище

Чинність сертифіката відповідності можна
перевірити в Реєстрі системи УкрСЕПРО
за тел. (044) 537-35-76



МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА СИСТЕМА СЕРТИФІКАЦІЇ УкрСЕПРО

Серія ГЄ

ДОДАТОК № 1

до сертифіката відповідності / свідоцтва про визнання
Приложение к сертификату соответствия / свидетельству о признании

№ UA1.027.X001531-17

“ 28 ” июля 2017г.

| № | Наименование |
|-----|---|
| п/п | продукции: |
| 1 | Нектар яблочный осветленный ТМ 'Моя семья' |
| 2 | Нектар виноградно-яблочный осветленный ТМ 'Моя семья' |
| 3 | Нектар яблочно-вишневый осветленный ТМ 'Моя семья' |
| 4 | Нектар апельсиновый ТМ 'Моя семья' |
| 5 | Нектар ананасовый ТМ 'Моя семья' |
| 6 | Нектар абрикосовый с мякотью ТМ 'Моя семья' |
| 7 | Нектар яблочно-персиковый с мякотью ТМ 'Моя семья' |
| 8 | Нектар мультифруктовый ТМ 'Моя семья' |
| 9 | Нектар сливовый с мякотью ТМ 'Моя семья' |
| 10 | Нектар фруктово-ягодный с мякотью ТМ 'Моя семья' |
| 11 | Сок томатный с солью с мякотью ТМ 'Моя семья' |
| 12 | Нектар томатный с солью с мякотью ТМ 'Береговский консервный завод' |

Всего: 12 (двенадцать) наименований.

Керівник органу з сертифікації
Руководитель органа по сертификации

М.П.



В.В. Пиняшко
ініціали, прізвище

№ 095805