

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему «Експортний потенціал підприємства харчової промисловості»  
(за матеріалами ТОВ «Мальцайт ГМБХ» , м. Київ)

Студента 2 курсу, 1 групи,  
спеціальності 051 «Економіка»  
спеціалізації «Міжнародна  
економіка»

Алмазової Софії Ель  
Мостафаівни

\_\_\_\_\_

*підпис*

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

Кравець Катерина  
Петрівна

\_\_\_\_\_

*підпис*

Гарант освітньої програми  
к.е.н., проф.

Кудирко Людмила  
Петрівна

\_\_\_\_\_

*підпис*

Київ 2019

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТОВ «Мальцайт ГМБХ»...	6
1.1 Аналіз світового ринку продукції харчової промисловості .....	6
1.2 Оцінка фінансово - господарської діяльності ТОВ «Мальцайт ГМБХ»....	12
Висновки до розділу 1 .....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РІВНЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТОВ «Мальцайт ГМБХ» .....	21
2.1 Оцінка факторів, що впливають на формування експортного потенціалу ТОВ « Мальцайт ГМБХ».....	21
2.2 Аналіз ефективності використання експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» .....	32
Висновки до розділу 2 .....	38
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТОВ « Мальцайт ГМБХ»	40
3.1 Обґрунтування заходів щодо розвитку експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» .....	40
3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» .....	43
Висновки до розділу 3 .....	51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	63

## ВСТУП

Актуальність роботи. Сьогодні зовнішньоторговельні зв'язки отримують все більший розвиток в складі господарської діяльності підприємств. Зростає інтерес вітчизняних підприємств до участі у виробничому, економічному, науково-технічному співробітництві з зарубіжними партнерами. Це дозволяє використовувати переваги міжнародної кооперації виробництва, що в свою чергу підвищує ефективність функціонування підприємств та зміцнює їх конкурентоспроможність.

Для підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства на зарубіжних ринках важливо враховувати його експортний потенціал. Експортний потенціал характеризує інтегральні можливості підприємства у виробництві конкурентоспроможної продукції та реалізації цієї продукції на світових ринках. В сучасних умовах зміни ринкової кон'юнктури, розширення зовнішньоекономічної діяльності та посилення конкурентної боротьби на світових ринках, ефективне використання наявного експортного потенціалу дозволить забезпечити підприємству підготовку та прийняття якісних управлінських рішень в сфері ЗЕД.

Традиційно експортний потенціал розглядається як здатність підприємства експортувати наявні або вироблені ним ресурси та продукти. З іншого боку, експортний потенціал можна охарактеризувати як можливість виробництва необхідної кількості товарів з метою експортної реалізації, відповідних за своєю якістю та конкурентоспроможності потребам зовнішнього ринку.

В сучасних умовах нормально розвиватися можуть лише ті підприємства, які мають у своєму розпорядженні своєчасною інформацією про зовнішнє та внутрішнє середовище, тому вивчення експортного потенціалу підприємства актуально на сьогоднішній день. Однак, це вимагає нових підходів до аналізу та кількісної оцінки рівня ефективності використання експортного потенціалу.

Мета випускної кваліфікаційної роботи- систематизація підходів щодо оформлення експортного потенціалу підприємства харчової промисловості, а також розробка заходів щодо його підвищення.

Написання випускної кваліфікаційної роботи передбачає виконання таких завдань:

- проаналізувати світовий ринок продукції харчової промисловості;
- оцінити фінансово-господарську діяльність ТОВ «Мальцайт ГМБХ»;
- оцінити фактори, що впливають на формування експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»;
- проаналізувати ефективність використання експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»;
- обґрунтувати заходи щодо розвитку експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»;
- дати прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є процес формування експортного потенціалу підприємства харчової промисловості.

Предметом дослідження виступають теоретико-методологічні засади формування експортного потенціалу підприємства харчової промисловості.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження формують фундаментальні праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених з проблематики формування експортного потенціалу підприємства харчової промисловості. У процесі вирішення поставлених завдань були застосовані методи індукції та дедукції, аналізу та синтезу, методи системного узагальнення і порівняння, інституціональний метод, статистичні методи, методи прогнозування.

Інформаційною базою дослідження слугували нормативно-правові і статистичні матеріали вітчизняних та міжнародних організацій, статті

періодичного друку, наукові праці та монографії зарубіжних та вітчизняних вчених з даної проблематики, ресурси інтернету, звітність підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів випускної кваліфікаційної роботи полягає у поглибленні існуючих теоретико-методичних основ та розробленні практичних підходів щодо удосконалення формування експортного потенціалу підприємства харчової промисловості.

**Апробація результатів дослідження** представлена в науковій статті:  
Алмазова С. М. «Аналіз розвитку та експорт харчової промисловості України» // Збірник наукових статей студентів.-Частина I. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2019. – 224 с.

## РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТОВ « Мальцайт ГМБХ»

### 1.1 Аналіз світового ринку продукції харчової промисловості

Світовий ринок продовольства остаточно сформувався на початку ХХ ст. у результаті тривалої еволюції продуктивних сил, поступового включення національних економік у загальну систему світогосподарських зв'язків, поглиблення міжнародного поділу праці, що стало наслідком розвитку суспільного виробництва.

Глобальний продовольчий ринок сьогодні характеризується наступними тенденціями:

- поступовим збільшенням потреб населення планети в продуктах харчування, порівняно з обсягами їх виробництва, підвищенням темпів приросту сукупного попиту на продукти харчування, порівняно із темпами зростання обсягів пропозиції;
- зростанням цін на продукти харчування. Звідси, проблема фізичної та економічної доступності сільськогосподарської продукції для населення загострюється;
- інтенсивний розвиток біоенергетики – галузі, яка тісно пов'язана із сільськогосподарським комплексом, що зумовлює кардинальний перегляд країнами-експортерами структури посівних площ в бік нарощування площ під «паливні» культури;
- зниження рівня світових запасів продуктів харчування, що зумовлено попередніми факторами.

Враховуючи вищевказані тенденції та з урахуванням глобалізації світової економіки виробництво продовольства втрачає свою національну ізолюваність.

Аналіз кількісних показників зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією говорить про те, що відбувається постійне зростання обсягів зовнішньої торгівлі (рис. 1.1.).

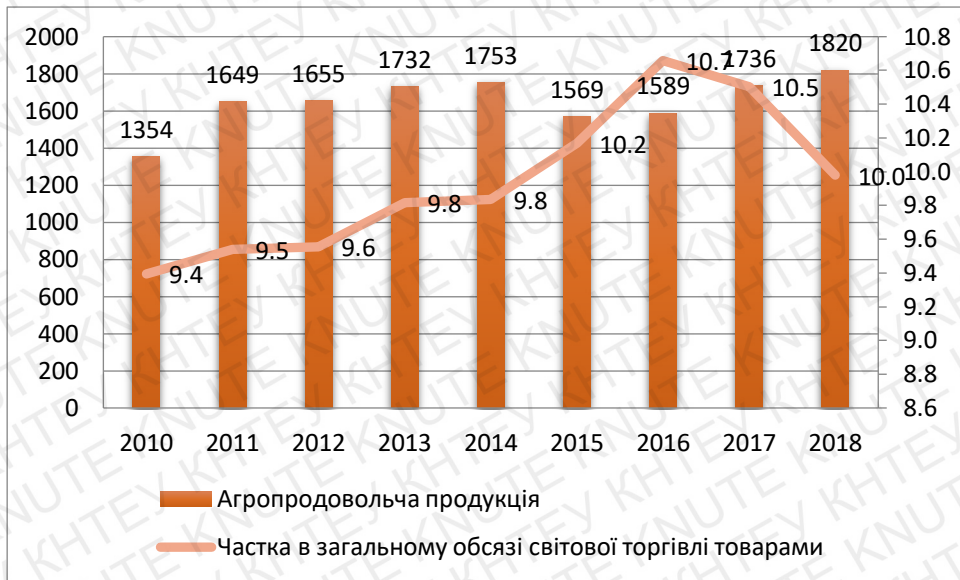


Рис. 1.1. Динаміка показників експорту агропродовольчої продукцією у світі протягом 2010–2018 рр., млрд дол. США

Джерело: (складено автором на основі [71])

Як бачимо в 2018 році агропродовольча продукція займала 10% від загального експорту товарами. Причому слід відмітити, що протягом 2016-2018 рр. спостерігається зростання її обсягів (рис. 1.2.).

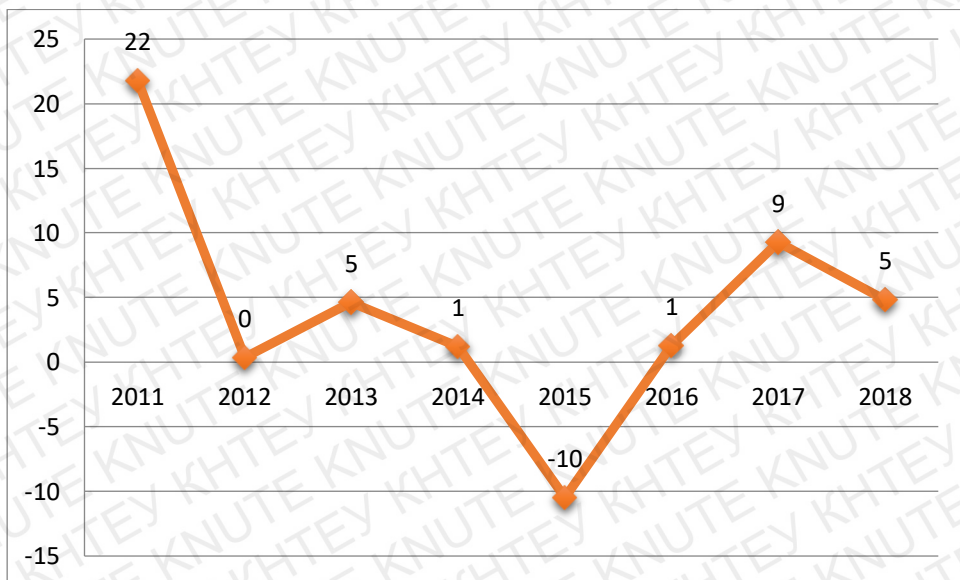
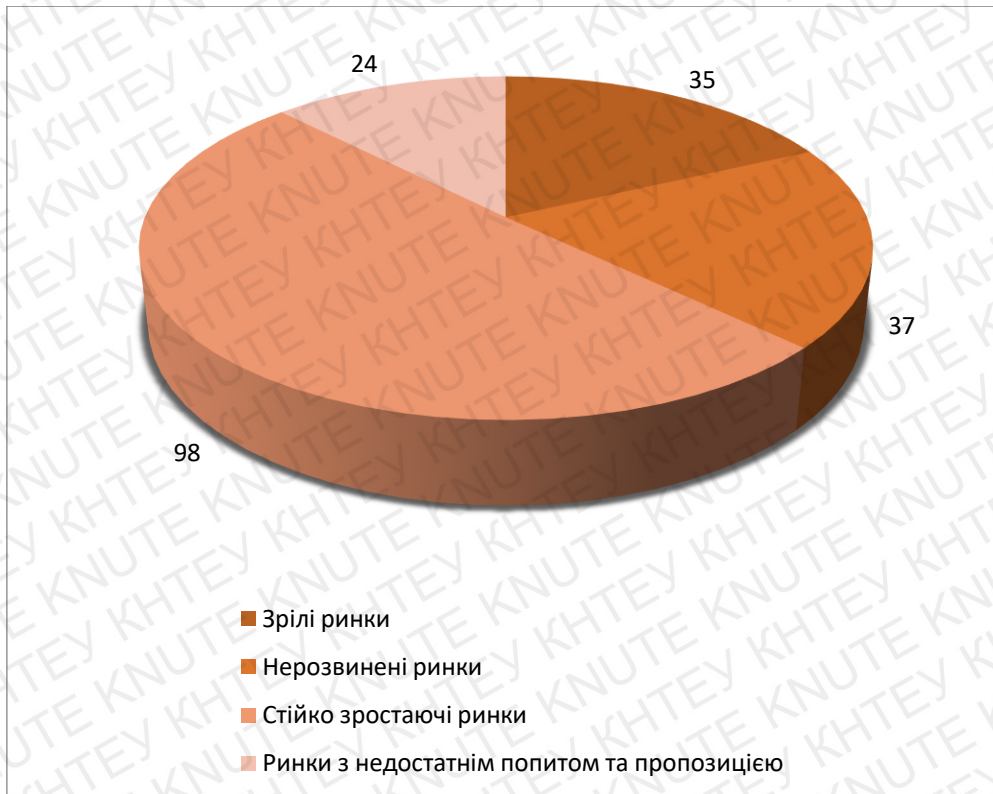


Рис. 1.2. Темп росту експорту агропродовольчої продукцією у світі протягом 2010–2018 рр., млн дол. США, %

Джерело: (складено автором на основі [71])

Аналізуючи структуру міжнародного ринку харчової промисловості, неможливо не відмітити той факт, що спостерігається нерівномірність розвитку окремих зарубіжних ринків. Так, можна об'єднати ринки окремих країн у чотири групи за питомою вагою продукції харчової промисловості у розмірі ВПП (рис. 1.3.).



\* Кількість регіональних ринків, що входить до групи

Рис. 1.3. Груповий розподіл регіонального ринку за питомою вагою продовольства в ВВП в 2018 року, %

Джерело: (складено автором на основі [69])

На міжнародному ринку спостерігається тенденція до розшарування темпів зростання ринків окремих країн. Наприклад 37 країн у загальносвітовому розрізі належать до групи нерозвинених ринків, 19% світового ринку мають її долю у розмірі ВПП країни на рівні 0–1%.

Інша група країн «Стійко зростаючі ринки» включає Австралію, Бразилію, Білорусію, Болгарію, Грецію, Китай, Канаду, Мексику, Нову Зеландію,



Німеччину, Росію, США, Францію, Японію. Ці країни нарощують свою присутність на світовому ринку і мають максимальну питому вагу на світовому – 51%. Ця група ринків має тенденцію до зростання (від 1% до 10%) частки агропродовольчої продукції у розмірі ВПП.

До групи «Зрілі ринки» належать такі країни, як Індія, В'єтнам, Молдова, Україна, Таїланд, та ряд інших країн, які мають питому вагу сільськогосподарської продукції у розмірі ВПП від 10 % до 25 %, що у загальносвітовому розрізі становить приблизно 18%.

До останньої групи «Ринки з недостатнім попитом та пропозицією» належать країни, які мають найбільшу долю агропродовольчої продукції у розмірі ВПП (від 25% до 60% ). Частка цих країн складає приблизно 12% світового ринку. В цю групу входять країни Азії, Африки, острівні держави в Індійському та Тихому океанах, які виробляють продовольство переважно для власного споживання та не здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Отже, крупні виробники агропродовольчої продукції практично завжди є головними світовими експортерами. Проте Китай та Індію не можна віднести до експортерів-лідерів через значну кількість населення в цих країнах, яке формує попит на продовольство та обмежує обсяги її постачання на світовий ринок. Щодо імпортерів, то до них належать країни, де виробництво агропродовольчої продукції або не повністю задовольняє внутрішній попит, або обмежено природно-кліматичними факторами..

Лідером серед світових експортерів агропродовольчої продукції є країни ЄС, частка експорту сільськогосподарської продукції яких в загальному обсязі світового експорту становить 41%. Головним фактором успіху європейських виробників є державна підтримка, створення умов для формування експортних ринків та активна робота товаровиробників в напрямі вдосконалення технологій виробництва агропродовольчої продукції, пошуку інноваційних шляхів ведення бізнес-діяльності, формування постійних ринків збуту з однаковими вимогами якості.

Важливу роль у зростанні світового експорту агропродовольчої продукції відіграли Південна та Центральна Америка, Північна Америка, частка експорту агропродовольчої продукції яких в загальному обсязі світового експорту становить відповідно 13% та 12%.

Головними експортерами агропродовольчої продукції є країни – члени ЄС, а також США, Китай, Бразилія, Канада, оскільки їх частка в структурі світового експорту становила 70% (рис. 1.4).

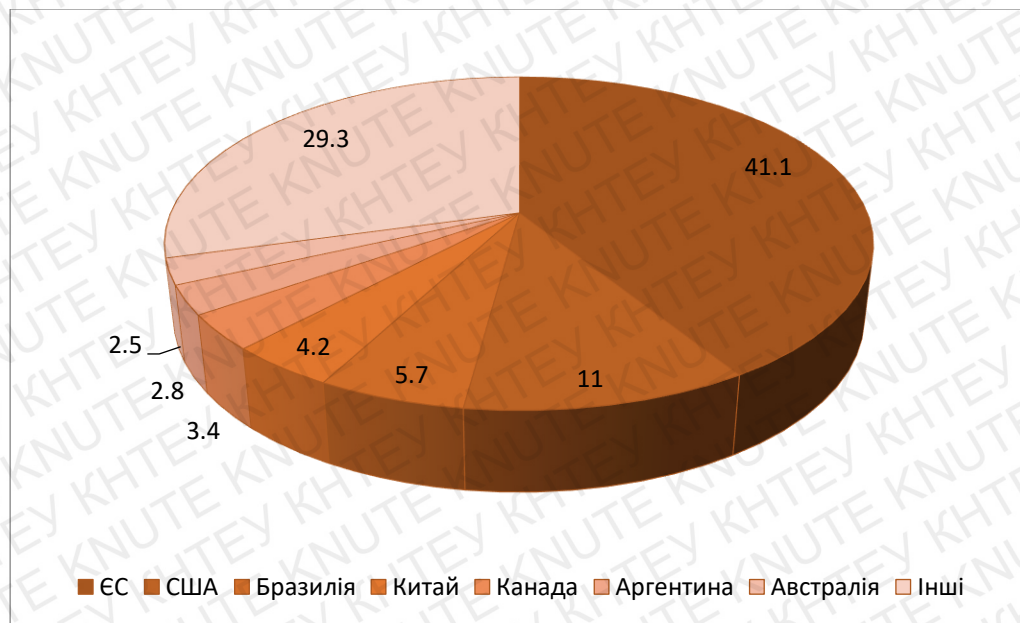


Рис. 1.4. Основні експортери агропродовольчої продукції за підсумками 2018 року, %

Джерело: (складено автором на основі [69])

Мінімального рівня в структурі експорту агропродовольчої продукції досягли Малайзія, В'єтнам, Нова Зеландія, Туреччина, їх частка в структурі світового експорту коливалась в межах 1,3–1,8%. Ця ситуація пояснюється тим, що більша частка потенціалу цих країн йде на задоволення внутрішнього попиту. Провідними експортерами є такі економічно розвинуті країни світу, як Китай, США, країни ЄС, які також є лідерами із закупівлі сільськогосподарської продукції за часткою у структурі світового імпорту

У країнах ЄС традиційно домінують ринки 15 найбільш розвинутих країн, яким належить до 90% обсягів ринку, попри те, що темпи їх зростання були одними із найнижчих у Європі порівняно із динамічними ринками інших країн.

Харчова промисловість об'єднує близько 40 галузей, які виробляють продукти харчування, а також мило, тютюнові вироби. В основному підприємства галузі переробляють сільськогосподарську сировину. Також вони видобувають кухонну сіль, мінеральні води. Основними галузями, що використовують продукцію рослинництва в Україні, є цукрова, олійна, плодоовочева, борошномельна. Тваринницьку сировину переробляють м'ясна та молочна галузі промисловості. Важливе значення має рибна промисловість.

Виробничі особливості харчової промисловості зумовлюють те, що визначальну роль для розміщення підприємств галузі має сировина і споживач. Окремі підгалузі за чинниками розміщення можна об'єднати у три групи. До першої належать ті, які тяжіють до джерел сировини (цукрова, олійна, рибна, спиртова, плодовоово-чеконсервна). Це зумовлюється тим, що вони використовують малотранспортабельну сировину, яка швидко псується, а також ту, яку споживають у великій кількості. Галузі, в яких затрати на перевезення готової продукції більші, ніж на транспортування сировини, орієнтуються на споживача і розміщуються в місцях великого скупчення населення (хлібопекарська, кондитерська, пивоварна, винно-горілчана та ін.). М'ясна, борошномельна, тютюнова галузі мають подвійну орієнтацію: на сировину і споживача.

Таким чином, сучасний стан розвитку світового ринку характеризується зростанням обсягів світової торгівлі продукцією харчової промисловості. Головними факторами, які в 2016-2018 р.р. вплинули на розвиток зарубіжних ринків, стали рівень міжнародної торгівлі, обмінні курси валют, які спричинили зміни цін на продукцію, обсяги виробництва і споживання та зовнішньоторговельні операції країн світу.

## 1.2 Оцінка фінансово - господарської діяльності ТОВ « Мальцайт ГМБХ»

ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є юридичною особою, що створена згідно з законодавством України та здійснює свою діяльність на підставі Статуту. Відповідно до Статуту основними видами діяльності є: виробництво та реалізація хлібобулочних та макаронних виробів.

Адреса ТОВ «Мальцайт ГМБХ»: 08140, Україна, Київська обл., Києво-Святошинський р-н, с. Білогородка, вул. Лісна, 6Б.

ТОВ «Мальцайт ГМБХ» виробляє такі види продукції:

- тісто (тісто для випічки, тісто з начинкою, кружечки для пельменів),
- паста (локшина, кольорова паста, фігурна паста),
- равіолі.

ТОВ «Мальцайт ГМБХ» реалізує свою продукцію по всій території України, зокрема продукцію компанії можна знайти в таких містах обласного значення, як Київ, Львів, Дніпро, Харків, Одеса, які є центрами по розповсюдженню в регіонах.

Також ТОВ «Мальцайт ГМБХ» реалізує власну продукцію на експорт, зокрема у Польщу. Ексклюзивним торговим партнером у Польщі є компанія Niska. Перейдемо до аналізу фінансово-економічних показників ТОВ «Мальцайт ГМБХ» у 2014–2018 рр. (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1

Динаміка фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» у 2014–2018 рр., тис. грн.

Показник	Значення, роки					Темп приросту, %	
	2014	2015	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16408	17228	19813	24599	30864	24,2	25,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	13395	14065	16175	20578	26017	27,2	26,4
Валовий прибуток	3013	3163	3638	4021	4847	10,5	20,5
Адміністративні витрати	526	552	635	887	1109	39,7	25,0

Продовження табл. 1.1.

Витрати на збут	686	720	828	1705	547	105,9	-67,9
Інші операційні витрати	3206	3366	3871	6151	6825	58,9	11,0
Прибуток від операційної діяльності	1482	1556	1789	1047	2988	-41,5	185,4
Фінансові витрати	476	500	575	692	870	20,3	25,7
Чистий прибуток	574	775	1076	222	1479	-79,4	567,3
Обсяг основних засобів,	5349	5617	6459	7317	8056	13,3	10,1
Обсяг оборотних засобів, млн. грн	5155	5413	6225	6263	10748	0,6	71,6
Витрати на 1 грн реалізованих послуг, грн	0,69	0,73	0,75	0,84	0,84	12	0
Фондовіддача, грн/грн	2,93	2,93	2,93	3,01	3,52	2,6	17,1
Рентабельність послуг, %	5,1	6,2	7,3	1,1	5,7	-6,2	4,6
Рентабельність продаж, %	3,5	4,5	5,4	0,9	4,8	-4,5	3,9

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Проведений аналіз динаміки фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» виявив загальну тенденцію до покращання фінансово-економічного стану підприємства. Чиста виручка ТОВ «Мальцайт ГМБХ» збільшується з 16408 тис. грн у 2014 році до 30 864 тис. грн у 2018 році. Загальна собівартість у 2014 році становила 13 395 тис. грн, у 2015 році збільшилася до 14 065 тис. грн. (на 5,0%), у 2016 році збільшилася на 15,0% (до 16 175 тис. грн). У 2017 році собівартість збільшується на 27,2%, а у 2018 році в порівнянні з 2017 роком – на 26,4% (до 26017 тис. грн).

Чистий прибуток збільшується з 574 тис. грн у 2014 році до 1479 тис. грн у 2018 році. Зазначимо, що чистий прибуток у 2017 році складає 20,6% рівня 2016 року, а у 2018 році в порівнянні з 2017 роком чистий прибуток зростає у 6,7 рази. Причиною значного зменшення чистого прибутку у 2017 році було збільшення адміністративних витрат та витрат на збут.

У 2017 році, в порівнянні з попереднім, обсяг основних засобів зростає на 21,0%, а обсяг оборотних коштів – збільшується на 0,6%. Обсяг основних засобів ТОВ «Мальцайт ГМБХ» продовжує збільшуватися і у 2018 році перевищує обсяг основних засобів 2016 року на 7,2%. Значне зростання у 2018 році спостерігається у оборотних засобах підприємства, які зростають в порівнянні з 2017 роком на 71,6%. Це обумовлене збільшенням виробничих запасів, готової

продукції та значним збільшенням (практично в 2 рази) дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги.

Рентабельність послуг/продукції ТОВ «Мальцайт ГМБХ» у 2014 році становила 5,1%, у 2015 році вона збільшується до 6,2%, а у 2016 році – до 7,3%. У 2017 році рентабельність послуг зменшується до 1,1% (причиною зменшення рентабельності стало зменшення чистого прибутку підприємства через збільшення собівартості), а у 2018 році рентабельність зростає до 5,7%.

Рентабельність продаж ТОВ «Мальцайт ГМБХ» становила у 2014 році 3,5%, у 2015 році вона збільшилася до 4,55, а у 2016 році зросла до 5,4%. У 2017 році спостерігалось значне зменшення рентабельності продаж (до 0,9%) причиною чого виступило зниження чистого прибутку підприємства. У 2018 році рентабельність продаж ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зросла до рівня 2016 року і становила 4,8%.

Таким чином, фінансово-економічний стан ТОВ «Мальцайт ГМБХ» має тенденцію до покращення (негативним виступає лише значне зниження прибутковості у 2017 році).

Для здійснення аналізу фінансового стану будь-якого підприємства перш за все необхідно провести дослідження їх складу і структури, динаміку різних елементів балансу, співвідношення оборотних і необоротних активів тощо (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Структура і динаміка активів підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014–2018 рр.

Показники	Роки					Темп приросту, %		
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	2016-2015	2017-2016	2018-2017
Валюта балансу, тис. грн	11012,1	12761,5	13297,3	14729,9	20439,7	104,2	110,8	138,8
Необоротні активи, тис. грн.	5600,0	5981,9	6716,3	8172,4	8768,2	112,3	121,7	107,3

Продовження табл. 1.2.

у %-х до валюти балансу	50,9	46,9	50,5	55,5	42,9	107,7	109,9	77,3
Оборотні активи, тис. грн.	5412,1	6779,6	6581	6557,5	11671,5	97,1	99,6	178,0
у %-х до валюти балансу	49,1	53,1	49,5	44,5	57,1	93,2	89,9	128,3

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Відповідно до даних табл. 1.2., видно, що вартість майна підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зростає протягом аналізованого періоду, що оцінюється позитивно, оскільки це впливає на зростання обсягів реалізації продукції та збільшення прибутку.

Зокрема вартість майна підприємства зросла із 11012,1 тис. грн у 2014 році до 20439,7 тис. грн у 2018 році, тобто збільшилась за досліджуваний період на 9427,6 тис. грн, або на 80%.

В структурі активів ТОВ «Мальцайт ГМБХ» протягом 2014 – 2017 рр. спостерігається переважання необоротних активів, які склалися з основних засобів (вартість виробничого обладнання, транспортного парку).

У 2018 році внаслідок збільшення дебіторської заборгованості суттєво зросли оборотні активи в результаті чого стали складати 57% валюти балансу. Далі проаналізуємо структуру і динаміку пасивів підприємства (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Структура і динаміка пасивів ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014–2018 рр.

Показники	Роки					Темп приросту, %		
	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	2016-2015	2017-2016	2018-2017
Валюта балансу, тис. грн	11012,1	12761,5	13297,3	14729,9	20439,7	104,2	110,8	138,8
Власний капітал, тис. грн.	4501,3	4619,2	5373,8	5538,4	6969,9	116,3	103,1	125,8
у %-х до валюти балансу	40,9	36,2	40,4	37,6	34,1	111,6	93,0	90,7
Довгострокові зобов'язання	0,0	0,0	0,0	2102,8	4587,8	0,0	0,0	218,2

Продовження табл. 1.3.

у %-х до валюти балансу	0,0	0,0	0,0	14,3	22,4	0,0	0,0	157,2
Поточні зобов'язання, тис. грн.	6510,8	8142,3	7923,5	7088,7	8882,0	97,3	89,5	125,3
у %-х до валюти балансу	59,1	63,8	59,6	48,1	43,5	93,4	80,8	90,3

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Протягом аналізованого періоду спостерігається зростання обсягу власного капіталу підприємства, що є позитивним моментом в діяльності підприємства. Зростання власного капіталу підприємства забезпечувалось прибутковою діяльністю.

У 2017-2018 рр. спостерігається зростання довгострокових зобов'язань ТОВ «Мальцайт ГМБХ», які представлені довгостроковими кредитами, що підприємство брало для ремонту існуючого та придбання нового виробничого обладнання.

Проведемо дослідження ліквідності та фінансової стабільності ТОВ «Мальцайт ГМБХ». Значення коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «Мальцайт ГМБХ» представлено у табл. 1.4.

Таблиця 1.4

## Показники фінансової стійкості ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Показник	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018
Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	0,429	0,429	0,429	0,376	0,341
Коефіцієнт фінансової залежності	0,571	0,571	0,571	0,624	0,659
Коефіцієнт фінансового ризику	1,330	1,330	1,330	1,661	1,929
Коефіцієнт фінансування	0,752	0,742	0,752	0,602	0,518
Коефіцієнт забезпечення власних оборотних коштів	0,13	0,122	0,127	0,266	-0,114
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,09	1,043	1,090	1,130	1,542

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Як свідчать представлені показники, коефіцієнт фінансової автономії ТОВ «Мальцайт ГМБХ» менше нормативного значення, і в динаміці знижується з 0,429 у 2014 році до 0,341 у 2018 році відповідно. Коефіцієнт фінансової



залежності перевищує оптимальне значення і в динаміці зростає (з 0,571 у 2014 році до 0,659 у 2018 році). Така динаміка свідчить про переважання залучених коштів у структурі капіталу підприємства та несе ризик забезпечення фінансової стійкості підприємства.

Коефіцієнт фінансового ризику ТОВ «Мальцайт ГМБХ» значно перевищує нормативне значення і зростає в динаміці (з 1,330 у 2014 році до 1,929 у 2018 році). Такі значення коефіцієнту фінансового ризику є небезпечними для роботи підприємства і свідчать про необхідність збільшення власного капіталу ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

Проведені розрахунки свідчать, що коефіцієнт фінансування, коефіцієнт забезпечення власних оборотних коштів та коефіцієнт маневреності власного капіталу не відповідають нормативним значенням.

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є негативною та свідчить про необхідність підвищення фінансової стійкості підприємства.

Значення коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» представлені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

## Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Показник	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,010	0,010	0,010	0,004	0,006
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,69	0,687	0,682	0,387	0,314
Коефіцієнт покриття (поточної ліквідності)	1,203	1,201	1,204	1,081	0,761
Частка запасів і витрат у поточних зобов'язаннях	0,524	0,523	0,522	0,694	0,446

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Коефіцієнт абсолютної ліквідності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» значно менше нормативного значення, що свідчить про недостатність грошових коштів для

покриття термінових зобов'язань та короткострокових пасивів. Коефіцієнт ліквідності в динаміці зменшується з 0,01 у 2014 році до 0,006 у 2018 році.

Зазначимо, що коефіцієнти поточної та абсолютної ліквідності також менше нормативних значені та мають тенденцію до зменшення, що виступає негативним моментом в роботі ТОВ «Мальцайт ГМБХ» та свідчить про низьку ліквідність підприємства.

Як свідчить проведений аналіз динаміки показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мальцайт ГМБХ», коефіцієнт абсолютної ліквідності зменшився у 2017 році та зріс у 2018 році. Коефіцієнти швидкої ліквідності та покриття мають тенденцію до зменшення, що є негативним у роботі підприємства. Частка запасів і витрат у поточних зобов'язаннях зменшується, що є негативним в роботі ТОВ «Мальцайт ГМБХ». Така ситуація свідчить про необхідність зменшення залучених коштів та зобов'язань ТОВ «Мальцайт ГМБХ». Динаміка показників ділової активності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» представлена у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

## Динаміка показників ділової активності ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Показник	Значення					Абсолютне відхилення			
	2014	2015	2016	2017	2018	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/2 016	2018/ 2017
Коефіцієнт оборотності активів	1,49	1,35	1,49	1,67	1,51	-0,14	0,14	0,18	-0,16
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,75	6,82	6,76	20,35	12,32	0,07	-0,06	13,59	-8,03
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	7,79	7,79	7,79	9,51	7,79	0,00	0,00	1,73	-1,72
Коефіцієнт оборотності основних засобів	2,93	2,88	2,95	3,01	3,52	-0,05	0,07	0,06	0,51
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	54,1	53,5	54,0	17,9	29,6	-0,54	0,51	-36,09	11,69

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Проведений аналіз свідчить про підвищення ділової активності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» протягом 2014–2018 рр. Позитивним виступає збільшення коефіцієнтів оборотності активів, оборотності дебіторської заборгованості, оборотності матеріальних запасів у 2014-2017 рр., проте у 2018 році в порівнянні з 2017 роком перелічені коефіцієнти дещо знижується, що свідчить про уповільнення ділової активності ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

### **Висновки до розділу 1**

Аналіз кількісних показників зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією говорить про те, що відбувається постійне зростання обсягів зовнішньої торгівлі. В 2018 році агропродовольча продукція займала 10% від загального експорту товарами.

Головними експортерами агропродовольчої продукції є країни – члени ЄС, а також США, Китай, Бразилія, Канада, оскільки їх частка в структурі світового експорту становила 70%.

Головними факторами, які в 2016-2018 р.р. вплинули на розвиток зарубіжних ринків, стали рівень міжнародної торгівлі, обмінні курси валют, які спричинили зміни цін на продукцію, обсяги виробництва і споживання та зовнішньоторговельні операції країн світу.

ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є юридичною особою, що створена згідно з законодавством України та здійснює свою діяльність на підставі Статуту. Відповідно до Статуту основними видами діяльності є: виробництво та реалізація хлібобулочних та макаронних виробів.

Вартість майна підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зростає протягом аналізованого періоду, що оцінюється позитивно, оскільки це впливає на зростання обсягів реалізації продукції та збільшення прибутку. Зокрема вартість майна підприємства зросла із 11012,1 тис. грн у 2014 році до 20439,7 тис. грн у

2018 році, тобто збільшилась за досліджуваний період на 9427,6 тис. грн, або на 80%

Проведений аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Мальцайт ГМБХ» свідчить про необхідність підвищення ліквідності та платоспроможності підприємства, активізацію господарської діяльності та підвищення оборотності коштів товариства.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РІВНЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТОВ «Мальцайт ГМБХ»**

### **2.1 Оцінка факторів, що впливають на формування експортного потенціалу ТОВ « Мальцайт ГМБХ»**

Діагностика та аналіз міжнародного середовища ТОВ «Мальцайт ГМБХ», що охоплює діагностику зовнішнього середовища непрямого та безпосереднього впливу. Термін «зовнішнє середовище» непрямого впливу включає економічні умови, законодавство та урядові акти, міжнародні фактори, техніку та технологію системи цінностей та рівень культури в суспільстві, громадську думку, демографічні, екологічні та інші фактори. Ці взаємопов'язані фактори чинять вплив на діяльність товариства, вибір подальшого розвитку. Із кожним роком керівництво вимушене враховувати все більшу кількість факторів зовнішнього середовища, які набувають глобального характеру. Діагностика середовища непрямого впливу на товариство здійснюється шляхом оцінювання та аналізу економічних, технологічних, соціальних, політичних, ринкових, міжнародних факторів.

До факторів зовнішнього середовища безпосереднього впливу відносять фактори, які впливають на існування самого ТОВ «Мальцайт ГМБХ», на конкретні результати її діяльності, тобто це: конкуренти, споживачі, контактні аудиторії, посередники, партнери, постачальники.

Проведемо діагностику зовнішнього середовища непрямого впливу для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» (табл. 2.1). У цілому, можна зробити висновок, що фактори зовнішнього середовища непрямого впливу мають майже нейтральний характер впливу на діяльність підприємства. Ступінь впливу рівня політичної стабільності оцінено експертами в 3 бали, при цьому напрям розвитку політичної системи та ступінь суспільної підтримки урядової програми розвитку в 2,2 бали.

Сила лобістських груп та характер політичної боротьби чинять нейтральний вплив та отримали середню оцінку 1 бал. Загальна оцінка впливу політичних факторів з урахуванням фактору вагомості становить 0,42.

Таблиця 2.1

## Фактори зовнішнього середовища непрямого впливу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Фактор	Оцінка експертів					Середня оцінка ймовірності реалізації	Ваговий коефіцієнт	Середня оцінка ступеня впливу
	1	2	3	4	5			
Політичні фактори							0,2	0,42
1. Рівень політичної стабільності	3	2	4	3	3	3	0,05	0,15
2. Сила лобістських груп	1	1	1	1	1	1	0,02	0,02
3. Напрямок розвитку політичної системи	2	3	2	2	2	2,2	0,05	0,11
4. Характер політичної боротьби	1	1	1	1	1	1	0,03	0,03
5. Ступінь суспільної підтримки урядової програми розвитку	2	2	2	3	2	2,2	0,05	0,11
Економічні фактори							0,25	0,72
1. Розвиток економіки	3	4	3	3	3	3,2	0,07	0,22
2. Стан бюджету	2	2	3	2	2	2,2	0,05	0,11
3. Рівень безробіття	1	1	2	1	1	1,2	0,02	0,02
4. Рівень оподаткування	3	3	3	4	3	3,2	0,06	0,19
5. Рівень доходів населення	4	3	4	3	3	3,4	0,05	0,17
Демографічні фактори							0,1	0,14
1. Чисельність населення	1	1	2	1	1	1,2	0,03	0,04
2. Статеві склад	2	1	1	1	1	1,2	0,03	0,04
3. Рівень народжуваності	2	2	1	2	2	1,8	0,04	0,07
Науково-технічні фактори							0,15	0,49
1. Нововведення у сфері товарів	3	4	3	3	3	3,2	0,05	0,16
2. Нововведення у сфері технологій	3	3	4	3	3	3,2	0,05	0,16
3. Нововведення у сфері менеджменту	4	3	3	3	4	3,4	0,05	0,17
Природні фактори							0,2	0,42
1. Стан природних ресурсів	1	1	1	1	1	1	0,02	0,02
2. Природні умови	1	1	1	2	1	1,2	0,06	0,07
3. Екологічний фактор	2	1	1	1	1	1,2	0,06	0,07
Соціально-культурні фактори							0,1	0,11
1. Рівень освіти	2	2	1	1	1	1,4	0,03	0,04
2. Рівень культури	1	1	1	1	1	1	0,03	0,03
3. Соціальні умови життя	1	1	1	1	1	1	0,04	0,04

1-5: мінімальна оцінка впливу – 1, максимальна оцінка впливу – 5

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Загальна оцінка впливу економічних факторів з урахуванням фактору вагомості становить 0,72. Таким чином, слід наголосити, що економічні фактори чинять вагомий вплив на підприємство. При цьому ступінь впливу фактору розвиток економіки та рівень оподаткування отримали оцінку 3,2 із 5 можливих; рівень доходів населення – 3,4.

Значний вплив серед факторів безумовно спричиняють науково-технічні фактори, загальна оцінка яких становить 0,49 балів з урахуванням коефіцієнту вагомості. Всі фактори оцінені експертами в 3,2–3,4 бали.

Демографічні та соціально-культурні чинять нейтральний вплив. Середня оцінка факторів 1–2 бали.

Проблеми, які негативно впливають на діяльність підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»:

- несприятлива політична ситуація на території Донецької та Луганської областей, анексія Криму, у зв'язку із введенням на окремих територіях України АТО, що потягнуло для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зменшення клієнтської бази;
- поганий стан економіки країни: багато підприємств перебувають у стані дефіциту обігових коштів і пропонують свою продукцію на жорстких умовах сплати, ринок кредитування все ще недостатньо доступний для суб'єктів господарювання;
- часті зміни податкового законодавства;
- необхідність внесення значної кількості поправок до Податкового кодексу;
- значні штрафи, сплата податків «наперед»;
- нестача власних обігових коштів.

Незалежно від політики підприємства, існують проблеми, що потребують вирішення на місцевому, обласному та державному рівнях, як то:

- оптимізація податкового законодавства;
- доступність ринку кредитних ресурсів.

Вплив посткризових явищ, поступова зміна законодавчої бази, низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції, постійне зростання цін та тарифів монополій, яким належать енергоносії, стримують розвиток вітчизняної промисловості, виникає потреба у додаткових коштах на освоєння нових технологій, стимулювання робітників. Проте всі внутрішні реформи та сподівання не матимуть ефекту без відповідної політики держави та чіткої та послідовної стратегії розвитку вітчизняної економіки.

Досі відчувається вплив економічної кризи в країні – постійна нестача коштів, необхідність технічного переоснащення обладнання підприємства, яка потребує додаткових коштів на модернізацію виробництва, освоєння нових технологій, стимулювання робітників, залучених до виробництва. До того ж упродовж 2015-2016 рр. національна валюта різко девальвувала по відношенню до основних світових валют..

Ускладнення політичної ситуації в країні, мають значний вплив на економіку країни і, зокрема, на ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

Для узагальнення результатів аналізу факторів прямого впливу та їх оцінки складемо таблицю (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

## Фактори зовнішнього середовища прямого впливу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Фактор	Оцінка експертів					Середня оцінка ймовірності реалізації	Ваговий коефіцієнт	Середня оцінка ступеня впливу
	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Споживачі							0,3	0,85
1. Стан попиту на продукцію	3	3	4	3	3	3,2	0,08	0,26
2. Ступінь мінливості потреб покупців	2	3	2	2	2	2,2	0,07	0,15
3. Купівельна спроможність покупців	3	2	3	2	2	2,4	0,07	0,17
4. Ступінь прихильності покупців до товарів	3	4	4	3	3	3,4	0,08	0,27
Постачальники							0,3	0,50
1. Кількість постачальників	2	3	2	2	2	2,2	0,07	0,15
2. Стабільність договірної політики	2	1	1	1	1	1,2	0,06	0,07



Продовження табл. 2.2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
3. Довірчі відносини з постачальниками	2	3	2	2	2	2,2	0,07	0,15
4. Концентрація постачальників	1	1	2	1	1	1,2	0,05	0,06
5. Ступінь привабливості постачальників	1	1	1	1	2	1,2	0,05	0,06
Посередники							0,15	0,16
1. Наявність вигідних партнерів підприємства	1	1	2	1	1	1,2	0,07	0,08
2. Стабільні відносини з партнерами (банки, аудиторські фірми тощо)	1	1	1	1	1	1	0,08	0,08
Контактні аудиторії							0,15	0,25
1. Підтримка органів місцевої влади	1	2	1	1	1	1,2	0,04	0,05
2. Підтримка органами державної влади	2	1	1	1	1	1,2	0,04	0,05
3. Співпраця із зарубіжними фірмами	2	2	3	2	2	2,2	0,07	0,15
Конкуренти							0,1	0,12
1. Кількість потенційних конкурентів	1	1	2	1	1	1,2	0,1	0,12

1-5: мінімальна оцінка впливу – 1, максимальна оцінка впливу – 5

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Із табл. 2.2 бачимо, що фактори прямого впливу зовнішнього середовища мають досить великий вплив на ТОВ «Мальцайт ГМБХ». Найвпливовішим фактором є споживачі та постачальники, загальна оцінка вагомості факторів становить 0,6, а це свідчить про те, що ступінь їх прихильності до товарів підприємства досить високий.

Стан попиту на продукцію оцінено експертами в 3,2, ступінь прихильності покупців до товарів – 3,4, купівельну спроможність покупців – 2,4, ступінь мінливості потреб покупців – 2,2. Отже, фактори групи Споживачі чинять вагомий вплив на підприємство.

Фактор постачальники отримав оцінку з урахуванням вагомості 0,50. Причиною значного впливу цього фактору на діяльність є – велика залежність підприємства від постачальників. При цьому ступінь впливу факторів кількість постачальників та довірчі відносини з постачальниками отримали оцінку 2,2 із 5

можливих; стабільність договірної політики, концентрація постачальників та ступінь привабливості постачальників – 1,2.

Менший вплив на підприємство чинять фактору групи посередники та контактні аудиторії.

При проведенні аналізу макро- та мікросередовища скористаємось методикою PESTEL-аналізу, за допомогою якого проводиться аналіз чотирьох груп факторів зовнішнього середовища: економічних в державі, політичних, технологічних та соціально-культурних.

Політичний фактор зовнішнього середовища вивчається в першу чергу для того, щоб мати ясне уявлення про наміри органів державної влади у відношенні розвитку суспільства і про кошти, за допомогою яких держава припускає запроваджувати в життя свою політику.

Аналіз економічного аспекту зовнішнього середовища дозволяє зрозуміти, як на рівні держави формуються і розподіляються економічні ресурси. Для більшості підприємств це є найважливішою умовою їхньої ділової активності.

Вивчення соціального компонента зовнішнього оточення спрямоване на те, щоб оцінити вплив на бізнес таких соціальних явищ, як відношення людей до праці і якості життя, мобільність людей, активність споживачів тощо.

Аналіз технологічного компонента дозволяє передбачати можливості, пов'язані з розвитком науки і техніки, вчасно перебудуватися на реалізацію технологічно перспективного продукту, спрогнозувати момент відмовлення від використовуваної технології.

Проаналізуємо вплив зовнішнього (макро-) і внутрішнього (мікро-) середовищ на діяльність ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

Фактори зовнішнього середовища та їх вплив на діяльність підприємства розглянемо в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Показники зовнішнього (макро-) середовища ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на основі моделі PESTEL

Група факторів 1	Фактор 2	Прояв 3	Можливі відповідні дії підприємства 4
Економічні	Загальна характеристика економічної ситуації	Незначне зростання ВВП	Збільшення об'ємів продаж
	Рівень безробіття	Зростає	Зниження об'ємів продаж
	Інфляція	Зростає	Зростання вартості та ціни продукції
	Ціни на енергоресурси	Зростають	Можливе зростання вартості продукції
	Кредитна політика банків	Зростання % по банківському кредиту	Зменшуються можливості інвестицій в розвиток за рахунок довгострокових кредитів
Політичні	Податкова політика	Зменшення податкового навантаження	З'явилась можливість збільшити суму реінвестованого прибутку
	Політична криза в країні	Невизначеність із економічною політикою та основними напрямками діяльності уряду	Підприємство намагається застрахуватися від ризиків зміни політичного середовища діяльності
Технологічні	Державна технічна політика	Стимулювання інноваційної діяльності	Збільшувати кількість науково-технічних розробок
Соціально-культурні	Зниження доходів населення	Зменшення попиту на продукцію	Зниження об'ємів продаж

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Ключовим завданням підприємства є абсолютне зростання власних обсягів збуту. Стратегічні зусилля підприємства направлені на посилення заходів з просування продукції, збереження кон'юнктури переваг і закріплення позицій на ринку.

Основними методами досягнення цих цілей є:

- акцентування маркетингу на кінцевому споживачі;
- утримання наших споживачів від переходу до конкурентів за рахунок створення вигідної для покупця цінової політики;
- створення реклами активного характеру для приваблення нових споживачів.

Після аналізу зовнішнього середовища ТОВ «Мальцайт ГМБХ», складення переліку сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей переходимо до наступного етапу формування стратегії, а саме до встановлення ліній зв'язків, тобто парних комбінацій між ними.

Для цього складемо матрицю SWOT (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

## SWOT-аналіз ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Зовнішнє середовище		
Можливості (шанси) ПЕРЕЛІК	Загрози ПЕРЕЛІК	
1	2	
<p>Ринкова потреба в товарах</p> <p>Наявність необхідних фінансових ресурсів</p> <p>Розширення діяльності за рахунок отримання довгострокових кредитів</p> <p>Збільшення суми реінвестованого прибутку</p> <p>Наявність тісних контактів з партнерами</p> <p>Можливість завоювання нових ринків та нових сегментів ринку</p>	<p>Відсутність деяких елементів технічної бази</p> <p>Нестача обігових коштів у основних груп посередників</p> <p>Зростання собівартості</p>	
Внутрішнє середовище		
Сильні сторони:	Заходи	Заходи
1	2	3
<p>Багаторічний досвід роботи на ринку</p> <p>Широкий, глибокий та диверсифікований товарний асортимент</p> <p>Наявність достатньої величини власних коштів</p> <p>Значна кількість постійних споживачів</p>	<p>Розширення участі на ринку за рахунок збільшення суми реінвестованого прибутку</p> <p>Привернення уваги можливих клієнтів шляхом реклами</p> <p>Розширення обсягів діяльності</p>	<p>Зниження собівартості за рахунок впровадження системи управління витратами</p> <p>Залучення довгострокового кредиту на розширення діяльності</p>
<p>Гарна репутація фірми</p> <p>Налагоджена система просування продукції</p> <p>Збільшення ринкової частки</p> <p>Стабільний фінансовий стан</p>	<p>Укладання договорів про співпрацю з метою охоплення території України та Європи</p> <p>Забезпечення стабільної високої якості продукції та послуг сприятиме збереженню досягнутих позицій</p>	<p>Посилити маркетинговий тиск, диференціювати асортимент відповідно до потреб споживачів</p>

Продовження табл. 2.4.

1	2	3
Слабкі сторони:	Заходи	Заходи
Низька частка залученого капіталу в пасивах	Формування асортиментної політики, тісно пов'язаної із диверсифікацією в напрямку розширення асортименту Використання кількох методів ціноутворення та цінової політики	Надання відстрочок у платежах для надійних контрагентів Привернення уваги нових клієнтів шляхом формування оптимального асортименту доступних за ціною для різних сегментів споживачів товарів

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

На основі складеної матриці SWOT для формулювання стратегічних проблем підприємства і стратегічних альтернатив його розвитку в кожному полі матриці встановимо та проаналізуємо всі парні комбінації сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі, орієнтуючись на оцінку значущості в балах даних факторів.

У результаті проведеного SWOT-аналізу, виявлено стратегічні проблеми та альтернативи підприємства, сформульовані на основі сильних та слабких сторін, можливостей та загроз ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

Побудуємо профіль позиціонування елементів SWOT (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

## Профіль позиціонування елементів SWOT

Ступінь впливу елементів на діяльність підприємства	Елементи SWOT											
	Можливості			Загрози			Сильні сторони			Слабкі сторони		
	Імовірність реалізації			Імовірність настання			Імовірність підтримання і розвитку			Імовірність подолання		
	висока	середня	низька	висока	середня	низька	висока	середня	низька	висока	середня	низька
Сильний вплив	*				*		*					
Помірний вплив										*		
Слабкий вплив												

Джерело: [складено на основі табл. 2.4.]

Під час розробки стратегії концентрованого зростання ринку доцільно використовувати метод оцінювання рівня локальних потенціалів підприємства для виявлення ступеня його привабливості.

Основною метою формування стратегічного потенціалу підприємства є забезпечення ефективних шляхів використання ресурсів і резервів підприємства з метою максимально ефективної реалізації його стратегії на всіх етапах розвитку. Структура стратегічного потенціалу являє собою взаємозалежну сукупність його локальних потенціалів.

Щоб оцінити локальні потенціали підприємства, будемо табл. 2.6.

Таблиця 2.6

## Показники локальних потенціалів ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

№ з/п	Локальні потенціали	Важливість потенціалу (%)	Бали (від 1 до 10)	Інтегральне зважене значення
1	2	3	4	$5 = 3 \times 4 / 100\%$
1	Організаційно-управлінський	10	9	0,90
2	Ресурсно-сировинний	12	8	0,88
3	Інформаційний	8	9	1,17
4	Маркетинговий	11	7	0,70
5	Інвестиційний	8	5	0,45
6	Трудовий	13	9	1,17
7	Інноваційний	11	8	0,88
8	Виробничий	14	7	0,56
9	Фінансовий	13	9	1,17
	Разом	100	–	7,88

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Оцінка 7,88 свідчить про стабільний рівень стратегічного потенціалу. Результати оцінки локальних потенціалів свідчать про те, що найпривабливішими стратегічними напрямками для підприємства є виробничий, трудовий, маркетинговий, ресурсно-сировинний та фінансовий. Найменш сприятливим є інформаційний та інвестиційний потенціали.

У результаті дослідження виявлено, що стратегічний потенціал підприємства є досить високим, а зовнішнього середовища – середнім, це означає, що стратегію концентрованого зростання ринку доцільно обирати на корпоративному рівні. У такому випадку відповідальність за

встановлення місії, цілей, розроблення стратегічних планів лежить на керуючих вищого рівня.

Наступний етап процесу розробки стратегії передбачає вибір найоптимальнішого варіанту реалізації стратегії розвитку. У цьому випадку стратегія концентрованого зростання ринку ТОВ «Мальцайт ГМБХ» може бути реалізована за двома шляхами:

- 1) через залучення нових сегментів рику до споживання існуючих товарів;
- 2) шляхом виходу з існуючим товаром на нові територіальні ринки. Ця

стратегія використовується дуже широко і є різновидом першого напрямку, оскільки теж заснована на залученні нових сегментів, просто в основу сегментації покладено географічну ознаку. Не виключається також вихід на міжнародні ринки. З метою вибору зарубіжного ринку, скористаємось фільтровою моделлю вибору ринку (Додаток А).

У наведеній схемі за фільтром 1 визначається загальний потенціал регіонів світу і враховуються географічна близькість країн, політичне сприяння та соціально-економічна ситуація, а також глобальні ризики. За фільтром 2 здійснюється визначення потенційних ринків з урахуванням конкурентних можливостей підприємств. За фільтром 3 визначаються пріоритетні країни з обраних регіонів. У результаті здійсненого аналізу для подальшого дослідження привабливості обрано ринки Франції та В'єтнаму.

Наступним етапом є оцінка доступності обраних ринків для ТОВ «Мальцайт ГМБХ», отже визначаємо найпривабливіший ринок (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

#### Найпривабливіший ринок для ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Критерій, фактор	Характеристика фактора, критерію	Ваговий коефіцієнт	Країни	
			Франція	В'єтам
Місткість ринку	понад 50, від 30 до 50, від 15 до 30, від 8 до 15, від 2 до 8	0,2	0,8	1
Ставлення до товару	негативне, нейтральне, байдуже, обережно-оптимістичне, сприятливе	0,3	1,5	1,5

Продовження табл. 2.7.

Активність конкурентів	цінова війна, рекламна атака, відсутність конкурентів	0,2	0,8	1
Транспортна доступність	зручна, незручна	0,2	1	0,4
Політична ситуація	стабільна, нестабільна	0,1	0,5	0,5
Підсумкова сума		1,0	4,6	4,4

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Ринки обох країн є привабливими для ТОВ «Мальцайт ГМБХ», проте ринок Франції є найперспективнішим. До сприятливих факторів, за якими ринок Франції може бути обраний як привабливий, слід віднести: високу ємність ринку, розвиток міждержавної співпраці.

## 2.2 Аналіз ефективності використання експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Експортний потенціал підприємства визначається багатьма складовими, що характеризують різні сторони його функціонування. В цілому діяльність підприємства у зовнішньоекономічній сфері складається із взаємопов'язаних процесів, кожний з яких при визначенні експортного потенціалу розглядається окремо. В свою чергу результати дій цих процесів утворюються в наслідок не лише тільки їх функціонування, але і їх взаємодії між собою та ланками зовнішнього середовища.

Експортний потенціал характеризується кількісним, якісним, структурним станом наявних у суб'єкта ресурсів (виробничих, фінансових, трудових і т.д.); їхнім взаємозв'язком і взаємоузгодженням; можливістю у визначений часовий термін мобілізувати резерви для досягнення поставлених цілей; можливістю збільшення й удосконалювання всіх складових експортного потенціалу та їхніх сполучних ланок. Окрім цього дефініція «експортний потенціал» на рівні підприємства містить три рівня зв'язків та відносин: по-перше, зв'язки і відносини, які відображають минуле як сукупність наявних властивостей, накопичених в результаті розвитку підприємства; по-друге, зв'язки і відносини,



які характеризують сучасне, тобто усі можливості (здатності), які реально можуть бути реалізовані у процесі експортної діяльності; по-третє, зв'язки і відносини, які зорієнтовані на майбутнє та дозволяють в процесі експортної діяльності не лише реалізовувати наявні можливості, але і відтворити нові можливості як додаткові сили підприємства.

Також експортний потенціал, безпосередньо підприємства, визначається як готовність, спроможність підприємства здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, зокрема експортну діяльність, яка полягає у виході на цільові зовнішні ринки збуту. Експортний потенціал є основою для розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. Отже, фактори, які впливають на розвиток експортного потенціалу також опосередковано впливають і визначають процедуру формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок та рівень репрезентативності підприємства на зовнішньому ринку.

До найбільш значимих факторів розвитку експортного потенціалу доцільно віднести наступні:

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

Останнім часом окреслилася стійка тенденція до збільшення кількості заходів щодо державного контролю за діяльністю підприємств, що працюють в АПК, замість удосконалення наявних або заміни неефективних більш ефективними.

Сучасна система контролю продовольчої продукції в Україні:

- не має чітко встановленої організаційної структури, що призводить до дублювання функцій різними контрольними органами, створення

додаткових перешкод для підприємств, неефективного використання бюджетних коштів і неузгодженості дій між цими органами;

- не має системи оцінювання результативності й ефективності заходів, що вживаються контрольними органами;
- є суттєвим фінансовим та організаційним тягарем для підприємств, які змушені платити за здійснення державного контролю двічі і більше разів-спочатку у Держбюджет через податки, а потім безпосередньо цим контрольним органам або іншим організаціям, що співпрацюють з ними.

Система контролю продукції агропромислового комплексу не тільки гальмує розвиток сектору, а й може стати нездоланим бар'єром для експорту продукції. Регламентом Євросоюзу щодо офіційного контролю продовольчої продукції встановлено новий ускладнений порядок допуску продукції агропромислового комплексу в Євросоюз.

Отже, експорт української харчової продукції до ЄС буде можливий лише за умови існування в Україні системи офіційного контролю, яка забезпечує рівень захисту споживачів, еквівалентний тому, який існує в ЄС. Отже, Україна матиме слабкі перспективи відкриття ринку ЄС для української харчової продукції в рамках зони поглибленої вільної торгівлі, якщо найближчим часом у ній не буде реформовано контрольні органи та змінено підходи до формування і реалізації державної політики щодо захисту здоров'я та інтересів споживачів. Можна також прогнозувати негативні явища у сфері торгівлі з іншими розвиненими країнами світу, які реформують систему офіційного контролю за такими самими принципами.

Отже, на сучасному етапі факторами, що стримують активну участь України в експортно-імпортній діяльності агропродовольчими продуктами, є:

- брак стратегічних та організаційних засад цієї діяльності на рівні держави;
- недосконалість правової бази, невпорядкованість фінансово-платіжної системи; низькі купівельна спроможність і попит населення;
- специфічні умови формування ринкового середовища;

- наявність тіньової економіки.

Крім того, сучасна система контролю продовольчої продукції в Україні не відповідає стандартам, які запроваджені в розвинутих країнах світу. Зростання експортного продовольчого потенціалу є визначальним фактором розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, важливою ланкою зовнішньоторговельного обміну. Подальший розвиток експорту продовольчих товарів є важливим елементом структурних змін і технічної модернізації національного господарства. Властивий Україні постачально-збутовий і посередницько торговельний характер виходу у світогосподарську сферу, який не реалізує всіх потенційних експортних можливостей у виробництві продовольчих товарів, зумовлює необхідність переорієнтації та переходу до нової моделі взаємодії національного господарства зі світовим.

Система управління ефективністю зовнішньоторговельних операцій ТОВ «Мальцайт ГМБХ» включає наступні етапи:

- планування експортної діяльності підприємства;
- організація експортної діяльності підприємства;
- контроль експортної діяльності підприємства.

Визначимо в таблиці 2.8 сутність кожного етапу управління ефективністю зовнішньоторговельних операцій ТОВ «Мальцайт ГМБХ» та відповідальних осіб.

Таблиця 2.8

Етапи управління ефективністю зовнішньоторговельних операцій у ТОВ «Мальцайт ГМБХ» та відповідальні особи

№	Етап управління ефективністю операцій з імпорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ»	Сутність етапу	Відповідальна особа
1	Планування експортної діяльності підприємства	Формування плану експорту продукції у відповідності з планом продаж	Начальник відділу продаж, фінансовий директор

Продовження табл. 2.8.

2	Організація експортної діяльності підприємства	Формування документації на експортні операції,	Митний відділ
3	Контроль експортної діяльності підприємства	Порівняння фактичних та планових показників по експортним угодам	Митний відділ, фінансовий директор

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Для більш повної характеристики роботи підприємства в галузі експорту його обсяги за звітний рік порівнюються з обсягами попереднього року. Метою такого дослідження є вивчення кількісних та якісних змін, яке необхідне, щоб встановити, які зміни відбулися у товарній структурі експорту.

В таблиці 2.9 проведемо аналіз показників ефективності експорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014-2018 рр.

Слід відмітити динаміку скорочення собівартості експортованих товарів ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2012-2016 рр.: а саме вона скоротилась на 86 410 тис. грн. або на 16% в 2016 році порівняно із 2012 роком. Виручка від експорту склала в 2016 році 474 373 тис. грн., що нижче показника 2012 року на 114 311 тис. грн., або на 19%.

Повна собівартість експортної продукції склала в 2018 році 455 700 грн., що нижче показника 2014 року на 88 138 тис. грн. або 16%. В 2018 році порівняно із 2017 роком повна собівартість експортної продукції скоротилась на 277 756 грн. або на 38%.

Аналіз факторів, що впливають на формування експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» показав, що стратегічний потенціал підприємства є досить високим, а зовнішнього середовища – середнім, це означає, що стратегію концентрованого зростання ринку доцільно обирати на корпоративному рівні. У такому випадку відповідальність за встановлення місії, цілей, розроблення стратегічних планів лежить на керуючих вищого рівня.

Таблиця 2.9

## Показники ефективності експорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014-2018 рр.,

тис. грн

№	Показники/ Роки	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення абс.		Темп приросту, %	
							2018/ 2014	2018/ 2017	2018/ 2014	2018/ 2017
1	Чистий дохід	588 684	585 336	498 270	733 684	474 373	-114 311	-259 310	-19	-35
2	Собівартість продукції	533 174	514 566	459 164	719 075	446 765	-86 410	-272 310	-16	-38
3	Витрати на навантаження на транспортний засіб	2 666	2 573	2296	18446	-58	8115	-1 362	-16	-38
4	Витрати на доставку до основного перевізника	7 998	7 718	6 887	4,07	-50	13122	-4 085	-16	-38
5	Повна собівартість експортної продукції	543 838	524 857	468 348	733 456	455 700	-88 138	-277 756	-16	-38
6	Ефект експорту	44 846	60 479	29 922	227	18 673	-26 173			
7	Коефіцієнт ефективності експорту	1,082	1,11	1,06	1,00	1,04	-4,15			

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Було розраховано ефект від експорту. Слід відмітити негативну динаміку скорочення ефекту від експорту в 2018 році порівняно із 2014 роком на 26 713 грн. або на 58%. В 2018 році порівняно із 2017 роком ефект від експорту зріс на 18 446 грн.

Дана динаміка негативно вплинула і на показник коефіцієнт ефективності експорту. Він скоротився в 2018 році порівняно із 2014 роком на 4,15 в.п., а в 2018 році порівняно із 2017 роком він зріс на 4,07 в.п. Отже, спостерігається стійка динаміка до скорочення показника ефективності експортних операцій (рис.2.2).

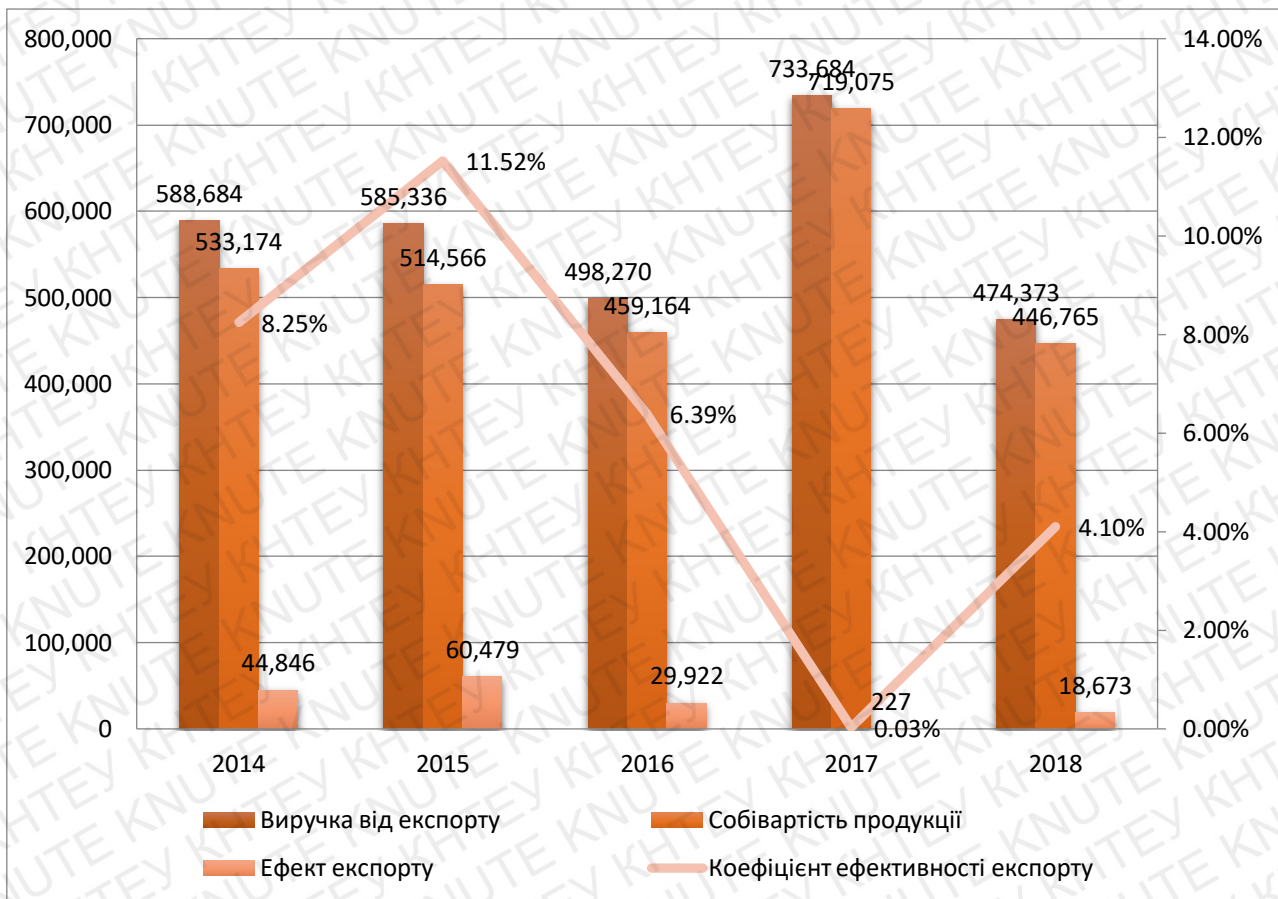


Рис. 2.2. Динаміки показників ЧД, ефекту експорту та ефективності експорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014-2018 рр.

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Таким чином, спостерігаємо скорочення показників ефективності експорту протягом 2015-2017 рр., тоді як у 2018 році ситуація покращилась.

## Висновки до розділу 2

Діагностика факторів зовнішнього середовища непрямого впливу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» показала наступні проблеми, які негативно впливають на діяльність підприємства: несприятлива політична ситуація на території Донецької та Луганської областей, анексія Криму, у зв'язку із введенням на окремих територіях України АТО, що потягнуло для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зменшення клієнтської бази; поганий стан економіки країни: багато підприємств перебувають у стані дефіциту обігових коштів і пропонують свою продукцію на

жорстких умовах сплати, ринок кредитування все ще недостатньо доступний для суб'єктів господарювання; часті зміни податкового законодавства; необхідність внесення значної кількості поправок до Податкового кодексу; значні штрафи, сплата податків «наперед»; нестача власних обігових коштів.

Проведений SWOT-аналіз показав, що сильними сторонами Мальцайт ГМБХ» є: багаторічний досвід роботи на ринку; широкий, глибокий та диверсифікований товарний асортимент; наявність достатньої величини власних коштів; значна кількість постійних споживачів; хороша репутація фірми; налагоджена система просування продукції; збільшення ринкової частки; стабільний фінансовий стан

Аналіз факторів, що впливають на формування експортного потенціалу ТОВ « Мальцайт ГМБХ» показав, що стратегічний потенціал підприємства є досить високим, а зовнішнього середовища – середнім, це означає, що стратегію концентрованого зростання ринку доцільно обирати на корпоративному рівні. У такому випадку відповідальність за встановлення місії, цілей, розроблення стратегічних планів лежить на керуючих вищого рівня.

В ході аналізу ефективності використання експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» Було було встановлено негативну динаміку скорочення ефекту від експорту в 2018 році порівняно із 2014 роком на 26 713 грн. або на 58%. В 2018 році порівняно із 2017 роком ефект від експорту зріс на 18 446 грн.

### РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТОВ « Мальцайт ГМБХ»

#### 3.1 Обґрунтування заходів щодо розвитку експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Розробимо шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємства. Основною метою, з якою підприємства виходять на зовнішні ринки, є максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу.

У попередньому розділі було встановлено, що для розвитку експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» необхідно освоювати нові територіальні ринки, і навіть було обрано ринок Франції. До факторів, що визначили вибір ринку Франції, відносяться такі:

- високий потенціал збуту;
- ліберальна торговельна політика;
- невелика географічна відстань;
- економіка, що динамічно розвивається;
- наявність технічної відповідності продукції вимогам країни-імпортера;
- низький політичний ризик (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

#### Вибір цільового ринку при здійсненні ЗТО

Фактори, що визначають вибір ринку	В'єтнам	Франція
Високий потенціал збуту	+	+
Ліберальна торговельна політика	+	+
Невелика географічна відстань	-	+
Економіка, що динамічно розвивається	+	+
Наявність технічної відповідності продукції вимогам країни-імпортера	+	+
Високий політичний ризик	-	-

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ « Мальцайт ГМБХ»]



Для реалізації цієї стратегії планується пошук партнерів в Франції з метою організації представництва в цій країні. Для продажів товарів найбільш вигідним є створення Інтернет-сайту і організації реклами в Інтернеті.

План виходу підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на ринок Франції наступний (табл. 3.2).

Таблиця 3.2  
План виходу підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на ринок Франції

№ з/п	Захід	Відповідальна особа	Термін виконання
1	Пошук партнера для інтеграції	Начальник відділу маркетингу	Лютий 2020
1.1	Створення загального опису партнерів і визначення напрямку пошуку	Начальник відділу маркетингу	
1.2	Контакти, переговори, переписка	Начальник відділу маркетингу	
1.3	Складання списку альтернативних варіантів	Начальник відділу маркетингу	
1.4	Вибір партнера для співробітництва	Начальник відділу маркетингу	
2	Укладання договору про співробітництво	Директор	Березень 2020
2.1	Складання 1 варіанта	Директор	
2.2	Переговори	Директор	
2.3	Складання кінцевого варіанта договору	Директор	
3	Організація поставок	Директор	Квітень 2020
3.1	Зустріч із консулами	Директор	
3.2	Підготовка комплектів документів	Директор	

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Таким чином, для реалізації плану виходу підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на ринок Франції необхідна реалізація таких заходів:

- пошук партнера для інтеграції – відповідальним є начальник відділу маркетингу. Реалізація даного етапу передбачає створення загального опису партнерів і визначення напрямку пошуку; ведення переговорів; складання списку альтернативних варіантів та вибір партнера для співробітництва;
- наступним етапом є укладання договору про співробітництво – відповідальним є директор;
- третім етапом є пілотна організація поставок. Відповідає за даний етап також директор.

Проводити оформлення зовнішньоторговельної угоди планується твердою офертою. Тверда оферта робиться продавцем щодо певної партії товару лише одному покупцеві з зазначенням терміну, протягом якого покупець повинен прийняти дану пропозицію.

Важливим документом міжнародних правил щодо укладання договорів купівлі-продажу є правила Інкотермс, які були вперше представлені в 1936 р., визначивши відповідальність продавця і покупця при поставці товарів, з метою допомогти учасникам міжнародної торгівлі уникнути розбіжностей та непорозумінь, а також спробою внести юридичну визначеність в торговельні угоди, спрощуючи процес складання міжнародних договорів.

Реалізацію альтернативної зовнішньоторговельної операції варто здійснити на умовах FCA «Інкотермс-2018». Перевагою такої базисної умови поставки для експортера є те, що вона є легшою для продавця та ресурсномісткою і складнішою для покупця.

Етапи виконання зовнішньоторговельного контракту, документообіг та терміни виконання нижче зазначені (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Рекомендований алгоритм виконання зовнішньоторговельного контракту для  
ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

№	Стадія виконання ЗТК	Назва документів, що забезпечують виконання кожної стадії
1	Ухвалення рішення на підприємстві щодо потенційної угоди з іноземним партнером	
2	Пошук іноземного партнера	Конкурентні матеріали, конкурентний лист
3	Укладання контакту з обраним іноземним партнером	Оферта та акцепт
4	Проведення економічних розрахунків щодо ціни та виду продукції	Калькуляції витрат, розрахунки технічних параметрів, кількості та ваги
5	Укладання контракту та узгодження строків виконання	Зовнішньоторговельний контракт, бухгалтерські документи
6	Підготовка товару до експорту	Товаросупроводжуючі документи, зокрема транспортного оформлення, (накладні, рахунки-фактури) документи митного оформлення (вантажно-митна декларація, оформлення сертифікату відповідності)
7	Отримання оплати товару та розрахунок ефективності операції	Відповідно до умов, передбачених у контракті, бухгалтерські документи

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Щодо валюти платежу, то доцільно здійснювати операцію в євро, курс якої до національної валюти розраховується на дату підписання контракту. Здебільшого, підприємство працює у формі авансового платежу на повну суму ЗТК.

### 3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

В сучасних умовах високо конкурентних ринків ТОВ «Мальцайт ГМБХ» задля того, щоб вести успішну господарську діяльність і отримувати позитивний фінансовий результат – чистий прибуток, необхідно постійно здійснювати

пошук можливостей отримання додаткових конкурентних переваг та посилення своїх позицій.

На даний момент для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» одним із напрямків отримання додаткових конкурентних переваг та посилення своїх позицій на ринку є посилення контролю за каналом «постачання сировини – виробництво – збут продукції».

У такому разі, можна сформулювати 2 основні стратегії підвищення ефективності експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» з яких потрібно буде обрати ту, яка є пріоритетною для розвитку і яка забезпечить більшу ефективність системи управління:

1. Альтернатива перша – посилення контролю над постачаннями за рахунок придбання у власність ТОВ «Мальцайт ГМБХ» місцевого підприємства.
2. Альтернатива друга – створення спільного підприємства в м. Париж для організації експортного збуту продукції ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на ринок Франції

Відділ логістики повинний налагоджувати процес постачання, що задовольняє умові JIT (усе у свій час). Тому компанія повинна проаналізувати:

- розташування виробництва щодо джерел постачання;
- надійність постачань і якість сировини, наданої постачальниками;
- ефективність послуг фірм, що займаються транспортуванням сировини;
- умови проходження митного очищення, завантаженість транспортних потоків.

Зазначимо, що фактично основна мета створення спільного підприємства в Франції полягає у тому, щоб оптимізувати збутовий ланцюг (зазначимо, що продукція через створене спільне підприємства, буде експортуватись не тільки на ринку Франції, але і на ринок сусідніх країн); домогтись мінімізації собівартості продукції; забезпечити перехід до програм тотального управління якістю, забезпечити їх високу якість.

Спільне підприємство планується створити з ініціативи ТОВ «Мальцайт ГМБХ». Очікувані переваги створення спільного підприємства (з точки зору отримання ефекту синергії) розглянемо в табл. 3.4.

Однією з основних переваг створення спільного підприємства для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є використання спільних каналів збуту продукції на ринках сусідніх країн (в даному випадку це канали збуту представництва в м. Париж, що налагодить ефективну систему збуту).

Якщо говорити про цілі, які може переслідувати ТОВ «Мальцайт ГМБХ» при створенні спільного підприємства, то слід сказати, що основними цілями то основним мотивом створення спільного підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є можливість нарощування обсягів діяльності за рахунок організації експорту на дуже перспективний ринок.

Таблиця 3.4

Очікувані переваги створення спільного підприємства (з точки зору отримання ефекту синергії)

Ознака синергізму	Переваги
Поєднання збутових потенціалів (сфера маркетингу)	Розширення обсягів збуту, економія на комерційних витратах
Поєднання техніко-технологічних потенціалів (сфера виробництва)	Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та продукції
Поєднання науково-дослідницьких потенціалів (сфера НДДКР)	Прискорення інноваційних процесів
Поєднання кадрових потенціалів (сфера трудових відносин)	Підвищення продуктивності праці
Поєднання каналів матеріально-технічного забезпечення	Удосконалення техніко-технологічної бази
Поєднання фінансових потенціалів (спільне інвестування)	Розподіл інвестиційних ризиків; досягнення валютної самокупності
Поєднання управлінських потенціалів	підвищення якості та оперативності управлінських рішень; обопільний контроль за виконанням прийнятих рішень

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Передбачається, що статутний фонд спільного підприємства на момент становитиме 8,75 млн грн, при цьому вклад в статутний фонд спільного підприємства французької сторони становить 4,7 млн грн (53,7%), вклад української сторони – 4,05 млн грн (46,3%).

Склад та структура власників спільного підприємства представлені в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

## Склад та структура власників спільного підприємства

Засновники СП	Внесок в статутний капітал	Частка у власності СП
Франція	4,7 млн грн	53,7%
Україна	4,05 млн грн	46,3%

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ « Мальцайт ГМБХ»]

У табл. 3.6 представлені склад та структура вкладень учасників у створення спільного підприємства.

Таблиця 3.6

## Склад та структура вкладень учасників у статутний фонд СП

Засновники СП	Сума вкладу, млн грн	Частка, %
Франція	4,7	53,7
у тому числі		
внесок у вигляді довгострокових активів	3,29	37,6
внесок у вигляді грошових коштів	1,41	16,1
Україна	4,05	46,3
у тому числі		
внесок у вигляді товарних запасів	1,39	15,9
внесок у вигляді грошових коштів	1,16	13,3
внесок у вигляді матеріальних цінностей	1,50	17,1
Разом	8,75	100,0%

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ « Мальцайт ГМБХ»]

Аналізуючи структуру внесків компаній-засновників у створення СП, ми можемо відзначити, що 62,9% статутного фонду спільного підприємства створено за рахунок основних засобів, 29,7% – за рахунок грошових коштів і 7,4% статутного фонду – за рахунок внеску товарно-матеріальних цінностей.

Далі представимо плановий звіт про фінансові результати під час реалізації інвестиційного проекту (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

## Прогноз фінансових результатів на 2020-2024 рр. з огляду реалізації проекту

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Чистий дохід від реалізації продукції	2204,0	5435,0	6683,0	8232,0	10125,0
Собівартість продукції	3156,0	4224,0	4638,0	5156,0	5647,0
Валовий прибуток	-952,0	1211,0	2045,0	3076,0	4478,0
Адміністративні витрати	150,0	220,0	340,0	340,0	340,0
Збутові витрати	28,0	371,1	477,7	555,0	612,9
Фінансовий результат операційної діяльності	-1130	620	1227	2181	3525
Податок на прибуток	0	118	233	414	670
Чистий прибуток (збиток)	-1130	502	994	1767	2855

З приведеного звіту видно, що інвестиційний проект починає приносити прибуток починаючи з 2-го року його реалізації. Загальна сума чистого прибутку після оподаткування (з урахуванням збитків, отриманих у перший рік реалізації проекту) складе 4157,1 тис. грн.

Отже, загальна сума чистого прибутку від діяльності спільного підприємства за 5 років становитиме 4 987 тис. грн. Оскільки частка ТОВ «Мальцайт ГМБХ» в статутному капіталі СП становить 43,6%, то йому відповідно належить  $4987 \times 0,436 = 2174$  тис. грн. чистого прибутку після оподаткування. Враховуючи, що сума інвестиційних вкладень ТОВ «Мальцайт ГМБХ» в створення СП становить 4,05 млн. грн, то отримання чистого прибутку на вкладений капітал в сумі 2174 тис. грн. є позитивним результатом (в цьому випадку рівень прибутковості інвестицій становить близько 45%).

Загальні інвестиційні витрати становлять  $4050 + 245 = 4295$  тис. грн. Однак, слід зазначити, що оцінка ефективності проекту за даним показником не враховує зміни вартості грошей у часі.

Тому тепер, коли представлені всі розрахунки основних показників інвестиційного проекту, проведемо аналіз економічної ефективності запропонованого проекту за допомогою коефіцієнтів, які найбільш часто використовуються у світовій практиці оцінки інвестиційних проектів і які враховують зміну вартості грошей у часі.

Для того, щоб розрахувати усі показники економічної ефективності інвестиційного проекту, необхідно, перш за все, розрахувати прогноз фінансових потоків за проектом (Cash Flow) (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

## Грошові потоки за проектом, грн

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
1	2	3	4	5	6
Надходження від операційної діяльності					
Чистий дохід від реалізації	2204,0	5435,0	6683,0	8232,0	10125,0
Амортизація устаткування	900,0	900,0	900,0	900,0	900,0
Всього надходжень від операційної діяльності	3104,0	6335,0	7583,0	9132,0	11025,0
Витатки на операційній діяльності					
Витрати на обслуговування обладнання	54,3	87,8	111,0	128,9	151,4
Витрати на оплату праці персоналу	901,7	1003,4	1090,9	1272,5	1495,4
Витрати на сировину та матеріали	1170	2070	2350	2645	2854
Інші витрати	130,4	163,1	186	209,4	246,1
Адміністративні витрати	150	220	340	340	340
Збугові витрати	28	371,1	477,7	555	612,9
Податок на прибуток	0,0	118	233	414	670
Всього операційних витрат	2434	4033	4788	5565	6369
Витатки (-) та надходження (+) по інвестиційній діяльності					
Стартові інвестиції в проект	-4295				
Недоамортиз. част. ОФ на кінець терміну					1750
Чистий потік інвестиційної діяльності	-4295	0	0	0	1750
Всього приплив коштів по проекту	3104	6335	7583	9132	11025
Всього відтік коштів по проекту	6729	4033	4788	5565	6369
Чистий грошовий потік	-3625	2302	2795	3567	4656

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Тепер здійснимо розрахунок основних показників економічної ефективності запропонованого проекту. Для цього нам необхідно продисконтувати чистий фінансовий потік по проекту. У якості ставки дисконтування візьмемо ставку 20%. Розрахунки дисконтованих значень фінансового потоку по проекту представлена в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

## Дисконтовані грошові потоки проекту створення СП

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Чистий грошовий потік, тис грн	-3625	2302	2795	3567	4656



Продовження табл. 3.9.

Дисконтний множник	1	0,833	0,694	0,579	0,482
Дисконтований грошовий потік, тис. грн	-3625	1918	1940	2065	2244

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Чиста поточна вартість проекту (NPV) проекту становить 4 542 тис грн, що свідчить про його ефективність.

Прибутковість (рентабельність) проекту розраховується шляхом відношення чистої поточної вартості проекту до стартових інвестицій в проект становить  $4542/4295 = 5,75\%$

Строк окупності проекту. Для даного проекту строк окупності становить 2,10 років.

У табл. 3.10 наведені розрахунки основних показників економічної ефективності проекту створення спільного підприємства в м. Париж.

Таблиця 3.10

#### Порівняння показників економічної ефективності проекту

Показники	Проект створення спільного підприємства
Чиста поточна вартість проекту (NPV), тис грн.	4542
Індекс прибутковості (PI) , %	5,75%
Термін окупності проекту, років	2,10 років

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

За даними показниками слід відмітити високу прибутковість даного проекту та високу ефективність від впровадження стратегії підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

Для обґрунтування заходів для оптимізації міжнародної економічної діяльності ТОВ проведемо прогноз показників в цілому по підприємству та по проекту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на 2020–2024 рр. (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Прогнозні показники експорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на 2020–2024 рр., тис.

грн (у цілому по підприємству)

Показник	2019 (факт)	2020	2021	2022	2023	2024
Контрактна вартість, тис. грн	477,5	3 581	6 812	8 060	9 609	11 502

Продовження табл. 3.11.

Собівартість продукції, тис. грн	446,8	2 573	3 608	3 999	4 493	4 948
Витрати на транспортування, тис. грн	8,9	139	172	195	218	255
Загальні витрати на реалізацію експортної продукції, тис. грн	455,7	2 712	3 780	4 194	4 711	5 203
Витрати на маркетингові заходи, тис. грн		178	591,1	817,7	895	952,9
Ефект експорту, тис. грн	18, 7	691	2442	3049	4003	5347
Коефіцієнт ефективності експорту	1,04	1,25	1,65	1,73	1,85	103
Інвестиційні витрати, тис. грн		-4295				
Дисконтний множник		1	0,833	0,694	0,579	0,482
Податок на прибуток, тис. грн		0	118	233	414	670
Дисконтовані грошові потоки, тис. грн		-3604	1936	1954	2078	2254
Чиста поточна вартість проекту (NPV), тис. грн	4619					
Індекс прибутковості (PI) , %	7,54%					
Термін окупності проекту, років	2,09					

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Здійснивши розрахунки, ми спостерігаємо тенденцію до зростання показників підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на 2020–2024 рр.

Здійснимо прогнозування показників ефективності експорту (табл. 3.12).

Таблиця 3.12

Прогнозні показники ефективності експорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на 2020–2024 рр., тис. грн. (по проекту)

Показник	2019 (факт)	2020	2021	2022	2023	2024
Контрактна вартість, тис. грн	477,5	3104	6335	7583	9132	11025
Собівартість продукції, тис. грн	446,7	2126	3161	3552	4046	4501
Витрати на транспортування, тис. гр.	8,9	130,4	163,1	186	209,4	246,1
Загальні витрати на реалізацію експортної продукції, тис. грн	455,7	2256,4	3324,1	3738	4255,4	4747,1

Продовження табл. 3.12.

Витрати на маркетингові заходи, тис. грн		178	591,1	817,7	895	952,9
Ефект експорту, тис. грн	18,7	670	2420	3027	3982	5325
Коефіцієнт ефективності експорту	1,04	1,3	1,73	1,81	1,94	2,112
Інвестиційні витрати		-4295				
Дисконтний множник		1	0,833	0,694	0,579	0,482
Податок на прибуток, тис. грн		0	118	233	414	670
Дискontовані грошові потоки, тис. грн		-3625	1917	1939	2066	2244
Чиста поточна вартість проекту (NPV), тис. грн	4542					
Індекс прибутковості (PI), %	5,75%					
Термін окупності проекту, років	2,10 років					

Джерело: [складено автором на основі даних підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ»]

Отже, проект достатньо прибутковий, про що свідчать зростання показників в табл. 3.12. За даними показниками слід відмітити високу прибутковість даного проекту та високу ефективність від впровадження стратегії підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Мальцайт ГМБХ».

### Висновки до розділу 3

На даний момент для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» одним із напрямків отримання додаткових конкурентних переваг та посилення своїх позицій на ринку є посилення контролю за каналом «постачання сировини – виробництво – збут продукції». Основна мета створення спільного підприємства в Франції полягає у тому, щоб оптимізувати збутовий ланцюг; домогтись мінімізації собівартості продукції; забезпечити перехід до програм тотального управління якістю, забезпечити їх високу якість. Однією з основних переваг створення спільного підприємства для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є використання спільних каналів збуту продукції на ринках сусідніх країн.

У результаті відбору привабливих міжнародних ринків для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» було визначено ринок Франції та В'єтнаму. Ринки обох країн є привабливими для ТОВ «Мальцайт ГМБХ», проте ринок Франції є більш

перспективнішим. До сприятливих факторів, за якими ринок Франції може бути обраний як привабливий, слід віднести: високий потенціал збуту; ліберальна торговельна політика; невелика географічна відстань; економіка, що динамічно розвивається; наявність технічної відповідності продукції вимогам країни-імпортера; низький політичний ризик.

Для реалізації плану виходу підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» на ринок Франції необхідна реалізація таких заходів: пошук партнера для інтеграції – відповідальним є начальник відділу маркетингу. Реалізація даного етапу передбачає створення загального опису партнерів і визначення напрямку пошуку; ведення переговорів; складання списку альтернативних варіантів та вибір партнера для співробітництва; наступним етапом є укладання договору про співробітництво – відповідальним є директор; третім етапом є пілотна організація поставок. Відповідає за даний етап також директор.

Реалізацію альтернативної зовнішньоторговельної операції варто здійснити на умовах FCA «Інкотермс-2020». Перевагою такої базисної умови поставки для експортера є те, що вона є легшою для продавця та ресурсномісткою і складнішою для покупця.

Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» показала їх ефективність. Так, прибутковість (рентабельність) проекту розраховується шляхом відношення чистої поточної вартості проекту до стартових інвестицій в проект становить  $4542/4295 = 5,75\%$  Строк окупності проекту. Для цього проекту строк окупності становить 2,10 років.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного у випускній кваліфікаційній роботі дослідження експортного потенціалу підприємства харчової промисловості можна зробити наступні висновки.

Аналіз кількісних показників зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією говорить про те, що відбувається постійне зростання обсягів зовнішньої торгівлі. В 2018 році агропродовольча продукція займала 10% від загального експорту товарами.

Головними експортерами агропродовольчої продукції є країни – члени ЄС, а також США, Китай, Бразилія, Канада, оскільки їх частка в структурі світового експорту становила 70%.

Головними факторами, які в 2016-2018 р.р. вплинули на розвиток зарубіжних ринків, стали рівень міжнародної торгівлі, обмінні курси валют, які спричинили зміни цін на продукцію, обсяги виробництва і споживання та зовнішньоторговельні операції країн світу.

ТОВ «Мальцайт ГМБХ» є юридичною особою, що створена згідно з законодавством України та здійснює свою діяльність на підставі Статуту. Відповідно до Статуту основними видами діяльності є: виробництво та реалізація хлібобулочних та макаронних виробів.

Вартість майна підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зростає протягом аналізованого періоду, що оцінюється позитивно, оскільки це впливає на зростання обсягів реалізації продукції та збільшення прибутку. Зокрема вартість майна підприємства зросла із 11012,1 тис. грн у 2014 році до 20439,7 тис. грн у 2018 році, тобто збільшилась за досліджуваний період на 9427,6 тис. грн, або на 80%

Проведений аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Мальцайт ГМБХ» свідчить про необхідність підвищення ліквідності та платоспроможності

підприємства, активізацію господарської діяльності та підвищення оборотності коштів товариства.

Діагностика факторів зовнішнього середовища непрямого впливу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» показала наступні проблеми, які негативно впливають на діяльність підприємства: несприятлива політична ситуація на території Донецької та Луганської областей, анексія Криму, у зв'язку із введенням на окремих територіях України АТО, що потягнуло для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» зменшення клієнтської бази; поганий стан економіки країни: багато підприємств перебувають у стані дефіциту обігових коштів і пропонують свою продукцію на жорстких умовах сплати, ринок кредитування все ще недостатньо доступний для суб'єктів господарювання; часті зміни податкового законодавства; необхідність внесення значної кількості поправок до Податкового кодексу; значні штрафи, сплата податків «наперед»; нестача власних обігових коштів.

Проведений SWOT-аналіз показав, що сильними сторонами Мальцайт ГМБХ» є: багаторічний досвід роботи на ринку; широкий, глибокий та диверсифікований товарний асортимент; наявність достатньої величини власних коштів; значна кількість постійних споживачів; хороша репутація фірми; налагоджена система просування продукції; збільшення ринкової частки; стабільний фінансовий стан

Аналіз факторів, що впливають на формування експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» показав, що стратегічний потенціал підприємства є досить високим, а зовнішнього середовища – середнім, це означає, що стратегію концентрованого зростання ринку доцільно обирати на корпоративному рівні. У такому випадку відповідальність за встановлення місії, цілей, розроблення стратегічних планів лежить на керуючих вищого рівня.

В ході аналізу ефективності використання експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» було встановлено негативну динаміку скорочення ефекту від експорту в 2018 році порівняно із 2014 роком на 26 713 грн. або на 58%. В 2018 році порівняно із 2017 роком ефект від експорту зріс на 18 446 грн.

У результаті відбору привабливих міжнародних ринків для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» було визначено ринок Франції та В'єтнаму. Ринки обох країн є привабливими для ТОВ «Мальцайт ГМБХ», проте ринок Франції є більш перспективнішим. До сприятливих факторів, за якими ринок Франції може бути обраний як привабливий, слід віднести: високу ємність ринку, розвиток міждержавної співпраці.

Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Мальцайт ГМБХ» показала їх ефективність. Проаналізувавши ефективність проекту підвищення експортного потенціалу ТОВ «Мальцайт ГМБХ» можна зробити висновок про його доцільність, оскільки прибутковість (рентабельність) проекту становить 5,75% Строк окупності проекту становить 2,10 років.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барибіна Я. О. Підходи до визначення сутності поняття «потенціал» у категоріальному апараті / Я. О. Барибіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2014. – Ч. 2, № 6 (51). – С. 48 – 53.
2. Бугас Н. В., Пилипенко Ю. А. Експортний потенціал у системі зовнішньоекономічної діяльності промислового Проблему економіки № 4, 2016 169 Економіка та управління підприємствами підприємства // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. 2015. – № 6 (93). С. 14–21.
3. Бондарева Т. І., Осадчук А. І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2015. – № 3 (15). С. 91–104.  
1
4. Бабан Т. О. Сутність поняття «експортний потенціал» у економічній науці. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2016. – № 2 (18), т. 2. С. 7–17.
5. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Теорія і практика забезпечення ефективного використання потенціалу торговельних підприємств: монографія. Полтава: ІнтерГрафіка, 2016. – 203 с.
6. Байдала Н. М. Експортний потенціал: сутнісна характеристика, фактори формування та механізми стимулювання // Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – С. 153–154.
7. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посіб / [Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк]. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 400 с.



8. Вакульчик О. М., Дубицький Д. П. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник Академії митної служби України. Серія: Економіка. 2015. – № 2. С. 75–82.

9. Візняк Ю. Я., Скриньковський Р. М., Процюк Т. Б. Діагностика бізнес-середовища підприємства і роль неурядових організацій щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування. Бізнес Інформ. 2016. – № 1. С. 235–240.

10. Гораль Л. Т., Шийко В. І. Удосконалення системи оцінювання ефективності використання експортного потенціалу газотранспортного підприємства. Економічний аналіз: збірник наукових праць кафедри економічного аналізу ТНЕУ. 2015. – Т. 18. № 2. С. 118–126.

11. Гороховатський В. О., Дубницький В. Ю., Кобилін А. М. Програмна реалізація методів економічного факторного аналізу. Системи обробки інформації. 2015. Вип. 4 (129). С. 130–135.

12. Горяча О. Л. Експортний потенціал підприємств України [Електронний ресурс] / О. Л. Горяча, О. Є. Трашков, Б. А. Шестаков // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2018. - № 3. - С. 53–58

13. Гришко В. А. Место и роль инвестиционно-инновационной составляющей части в общем экономическом потенциале предприятия [Электронный ресурс] / Гришко В. А. – Режим доступа : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/chembiol/nvnltu/206/185Gryszko206>.

14. Гришко В. А. Оцінювання та управління інвестиційно-інноваційним потенціалом машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / В. А. Гришко ; Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів, 2018. – 25 с.

15. Гуріна Г. С. Експортний потенціал як складова загального економічного потенціалу країни [Електронний ресурс] / Г. С. Гуріна // Економіка. Фінанси. Право. - 2018. - № 12(5). - С. 22-25
16. Дергачова В. В. Формування інвестиційного середовища України як чинника розвитку експортного потенціалу підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Дергачова, О. В. Мартиненко // Проблеми системного підходу в економіці. - 2018. - Вип. 6. - С. 47-53.
17. Данкевич Є. М. Експортний потенціал виробників органічної продукції [Електронний ресурс] / Є. М. Данкевич // Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 3. - С. 130-137. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau\\_ekon\\_2015\\_3\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2015_3_16)
18. Дружиніна В. Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності / В.В. Дружиніна, Л.В. Різніченко // Актуальні проблеми економіки, 2014. – № 7 (109). – С. 246–253.
19. Железняк В. В. Аналіз існуючих підходів до розуміння сутності економічного потенціалу в контексті дослідження розвитку поглядів сучасних науковців на цю категорію / В. В. Железняк // Держава та регіони. – 2014. – № 6. – С. 91–95.
20. Жаліло Я. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилук, Я. В. Белінська та ін.]. – К. : НІСД, 2014. – 388 с.
21. Зянько В. Суперечності формування інноваційної моделі розвитку економіки України / В. Зянько // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2015. –С. 18–23.
22. Іванієнко К. В. Узагальнення підходів щодо визначення сутності поняття "експортний потенціал" [Електронний ресурс] / К. В. Іванієнко // Бізнес Інформ. - 2015. - № 5. - С. 291-297.

23. Економічний потенціал підприємства: обліково-статистичний та інформаційно-технологічний контекст : монографія / М. П. Войнаренко, О. Г. Осауленко, Л. В. Скоробагата [та ін.] ; за ред. О. Г. Осауленка. – К. : ДП “Інформ.-аналіт. агентство”, 2015. – 223 с.

24. Економічна складова Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: наслідки для бізнесу, населення та державного управління / за ред. І. Бураковського та В. Мовчан. – К. : ІЕД, 2014. – 139 с.

25. Клименко С. Е. Теоретические основы построения концепции применения механизмов реализации экспортного потенциала Украины на мировых рынках [Текст] / С. Е. Клименко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2014. – № 3(72). – С. 19–26.

26. Козьменко С.М. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу інновацій машинобудування [Електронний ресурс] / С.М. Козьменко, С.І. Колосок // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=422>

27. Кутидзе Л. С. Механизмы взаимодействия власти и бизнеса в управлении экспортным потенциалом региона [Текст]: зб. наук. пр. / Л. С. Кутидзе // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – Маріуполь, 2014. – Вип. 1, Т. 3. – С. 237–242.

28. Козьменко С. М., Колосок С. І. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу інновацій машинобудування // Ефективна економіка. 2013. № 12. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>

29. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морева, О. В. Белякова, О. Б. Балакай. – Донецьк : Вид-во Цифрова типографія, 2016. – 257 с.

30. Краснокутська Н. С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження : монографія / Н. С. Краснокутська. – Х. : Харк. Держ. Ун-т харчування та торгівлі, 2014. – 247 с.

31. Кленін О. В. Концептуальні основи управління виробничо-господарським потенціалом промислового підприємства / О. В. Кленін // Вісник економічної науки України. – 2013. – № 2 (18). – С. 50–53.
32. Ковінько О. Міжнародні ринки аграрної продукції Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право / О. Ковінько. – 2016. – № 2. – С. 65–76.
33. Лопатченко С. Г. Експортний потенціал України в рамках євроінтеграції / С. Г. Лопатченко, М. М. Гузь // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. – 2014. – №6. – С. 333–341.
34. Марченко Д. Формування експортного потенціалу як елементу розвитку експортної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Д. Марченко, Т. Шталь // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки. - 2018. - № 2. - С. 121-126
35. Мельник Т.М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т.М. Мельник // Міжнародна економічна політика: наук. журнал, 2009. – № 8–9. – С. 221–245.
36. Міжнародний бізнес : підручник / за ред. проф. В. А. Вергуна. – К. : ВАДЕКС, 2014. – 810 с.
37. Михайлов А. М. Оцінювання зовнішньоекономічної діяльності в контексті розвитку експортного потенціалу Сумської області [Електронний ресурс] / А. М. Михайлов, Г. І. Угнівенко, Є. С. Аніпрєєв, С. В. Качур // Наукові горизонти. - 2018. - № 11. - С. 21–27.
38. Назаров Н. К. Економічна безпека експортно-імпортного потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Н. К. Назаров, І. О. Бараннік // Бізнес Інформ. - 2019. - № 5. - С. 142-149.
39. Орел В. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств [Електронний ресурс] / В. М. Орел, С. Л. Макода, Сіньмень Хань // Актуальні проблеми інноваційної економіки. - 2018. - № 2. - С. 40-47.

40. Отенко В. І. Прогнозування показників експортно-імпортного потенціалу підприємства для його моніторингу [Електронний ресурс] / В. І. Отенко, І. О. Бараннік // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2017. - Вип. 25(1). - С. 190-193
41. Пожуєва Т. О. Інноваційний розвиток економіки України: Необхідність, реалії, перспективи / О. О. Пожуєва // Економічний вісник Дон-басу.– 2014. – № 1 (35). – С. 168–170.
42. Полонська О. М. Борошномельна галузь України та її експортний потенціал [Електронний ресурс] / О. М. Полонська, А. Л. Солошонок // Продуктивність агропромислового виробництва. - 2018. - № 30. - С. 20-28. –
43. Побережна Н. М. Управління ефективністю використання виробничого потенціалу машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Н. М. Побережна ; Нац. техн. ун-т «ХПІ». – Х., 2016. – 20 с.
44. Робакова Т. О. Управління експортним потенціалом промислового підприємства в умовах розширення зовнішньоекономічної діяльності. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/VSUNU/2012\\_11\\_1/RIbakova.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VSUNU/2012_11_1/RIbakova.pdf)
45. Рзаєв Г. І. Економічний потенціал підприємства та теоретичне обґрунтування напрямів його оцінки [Електронний ресурс] / Г. І. Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2015. - № 3(3). - С. 145-149
46. Сабадирьова А. Л. Потенціал і розвиток підприємства : навчальний посібник / А. Л. Сабадирьова, О. М. Бабій, Т. В. Куклінова, Д. Є. Салавеліс. – Одеса : ОНЕУ, ротاپронт, 2014. – 343 с.

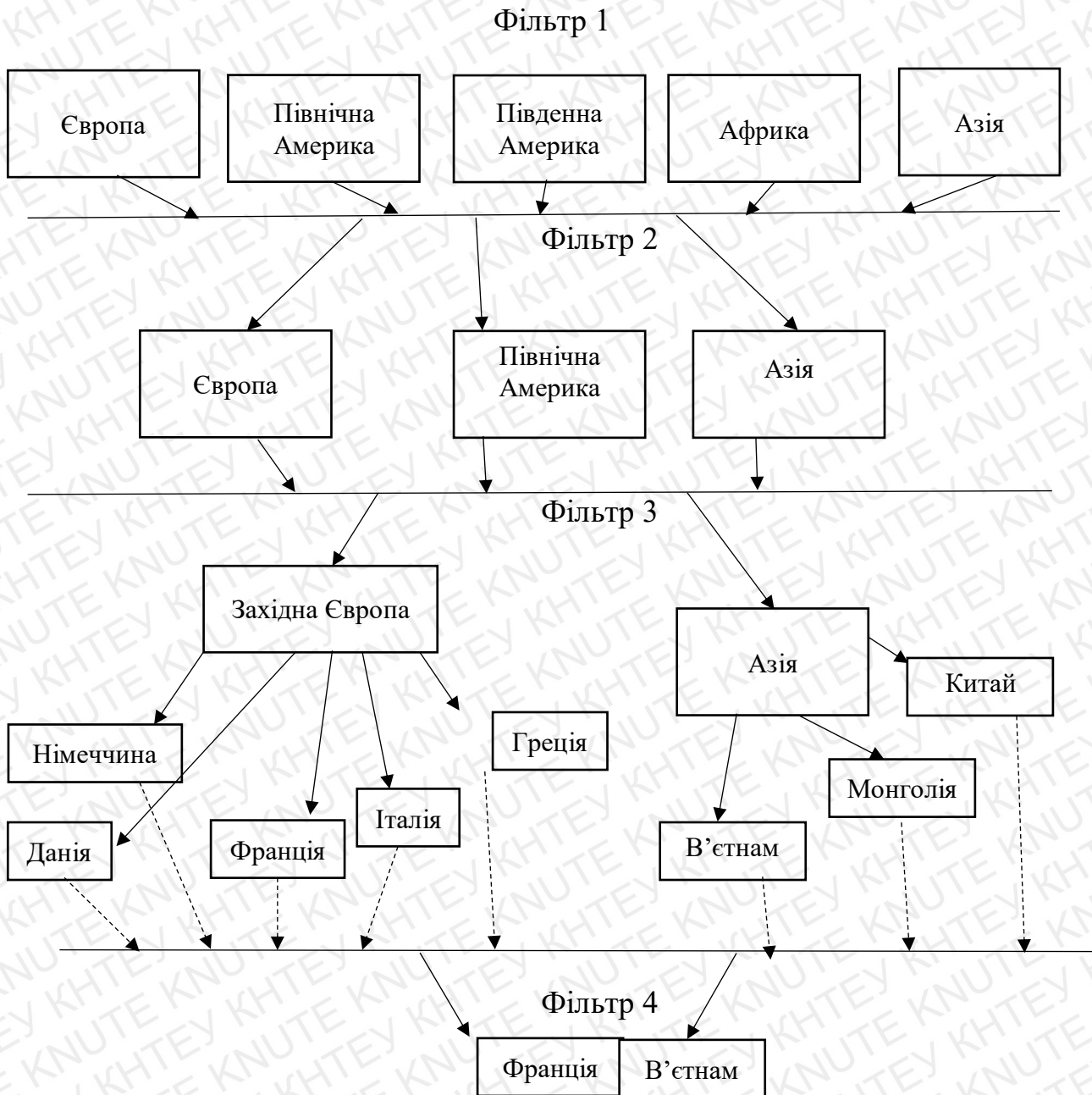
47. Семенова К. Д. Виявлення та оцінка ризиків як елемент забезпечення конкурентоспроможності підприємства / К. Д. Семенова, К. І. Тарасова // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / За заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2014. – С. 337 – 352.
48. Скорнякова Т. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: Монографія. — К.: Наук. світ, 2017. — С. 9.
49. Солошонок А. Л. Хлібопекарська галузь України: реалії та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / А. Л. Солошонок, О. М. Полонська // Продуктивність агропромислового виробництва. економічні науки. - 2014. - Вип. 25. - С. 78-91
50. Терещук Н.С., Погасій О.Г., Суханова А.В. Управління виробничим потенціалом підприємства. Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки: тези IV Міжнар. науково-практ. конференції (24–25 листопада 2016 р.). Житомир: ЖДТУ, 2016. – 505 с.
51. Толпежніков Р. О. Сутність та методика оцінювання фінансового потенціалу підприємства / Р. О. Толпежніков // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2014. – Т. 1, № 2. – С. 277 – 282 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Traeiv\\_2014\\_2\(1\)\\_\\_44.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Traeiv_2014_2(1)__44.pdf)
52. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [текст] навчальний посібник / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 408 с.
53. Українська Л. О. Соціально-економічний потенціал підприємства: особливості визначення і чинники впливу / Л. О. Українська, Н. В. Чебанова // Вісник УБС НБУ. – 2016. – № 1 (13). – С. 71 – 75.
54. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. [Текст] / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2014. – 316 с.

55. Хмара М. П. Сучасні виробничі системи в умовах глобальних перетворень / М. П. Хмара // Стратегія соціально-економічного розвитку України: зб. наук. праць. – Київ, 2015. – Ч.1 – С. 223–226.
56. Шабага С. Б. Основи сучасного виробництва: навчальний посібник / С. Б. Шабага, В. Б. Шабага. – Кременець : ВЦ КОГПІ ім. Тараса Шевченка, 2017. – 256 с.
57. Шипуліна Ю. С. Критерії та методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства / Ю. С. Шипуліна // Механізм регулювання економіки. – 2015. – Т. 1, № 3. – С. 58 – 63.
58. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 2004. – 384 с.
59. Шевчук О. М. Аналіз зовнішньоторговельної діяльності України в сучасних умовах / О. М. Шевчук, Л. Й. Созанський, Н. Б. Татарин // Наукові записки Національного університету «Острозька академія» : зб. наук. праць. Серія «Економіка». – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – Вип. 27. – С. 8–13.
60. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2016. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [Electronic resource] // Global organic farming statistics and news. – Mode of access: <http://www.organicworld.net/yearbook/yearbook-2016.html?L=vkhqbhfxe%20%28>
61. Ukraine Tops EMEA List for Potential Investment [Електронний ресурс] // Institutional Investor. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.institutionalinvestor.com/article/b1505pwl0mbsxs/TurnerInvestments-Kills-Troubled-Funds--Pivots-to-ETF>
62. Офіційний сайт Світової організації торгівлі [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.wto.org>

## ДОДАТКИ

Додаток А

Схема відбору привабливих міжнародних ринків для ТОВ «Мальцайт ГМБХ»



Додаток Б

Динаміка фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Мальцайт ГМБХ» у 2014–2018 рр., тис. грн.



Показник	Значення, роки					Темп приросту, %	
	2014	2015	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16408	17228	19813	24599	30864	24,2	25,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	13395	14065	16175	20578	26017	27,2	26,4
Валовий прибуток	3013	3163	3638	4021	4847	10,5	20,5
Адміністративні витрати	526	552	635	887	1109	39,7	25,0
Витрати на збут	686	720	828	1705	547	105,9	-67,9
Інші операційні витрати	3206	3366	3871	6151	6825	58,9	11,0
Прибуток від операційної діяльності	1482	1556	1789	1047	2988	-41,5	185,4
Фінансові витрати	476	500	575	692	870	20,3	25,7
Чистий прибуток	574	775	1076	222	1479	-79,4	567,3
Обсяг основних засобів,	5349	5617	6459	7317	8056	13,3	10,1
Обсяг оборотних засобів, млн. грн	5155	5413	6225	6263	10748	0,6	71,6
Витрати на 1 грн реалізованих послуг, грн	0,69	0,73	0,75	0,84	0,84	12	0
Фондовіддача, грн/грн	2,93	2,93	2,93	3,01	3,52	2,6	17,1
Рентабельність послуг, %	5,1	6,2	7,3	1,1	5,7	-6,2	4,6
Рентабельність продаж, %	3,5	4,5	5,4	0,9	4,8	-4,5	3,9

## Додаток В

Структура і динаміка активів підприємства ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014–  
2018 рр.

Показники	Роки					Темп приросту, %		
	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	2016- 2015	2017- 2016	2018- 2017
Валюта балансу, тис. грн	11012,1	12761,5	13297,3	14729,9	20439,7	104,2	110,8	138,8
Необоротні активи, тис. грн.	5600,0	5981,9	6716,3	8172,4	8768,2	112,3	121,7	107,3
у %-х до валюти балансу	50,9	46,9	50,5	55,5	42,9	107,7	109,9	77,3
Оборотні активи, тис. грн.	5412,1	6779,6	6581	6557,5	11671,5	97,1	99,6	178,0
у %-х до валюти балансу	49,1	53,1	49,5	44,5	57,1	93,2	89,9	128,3

## Додаток Г

## Структура і динаміка пасивів ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014–2018 рр.

Показники	Роки					Темп приросту, %		
	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	2016- 2015	2017- 2016	2018- 2017
Валюта балансу, тис. грн	11012,1	12761,5	13297,3	14729,9	20439,7	104,2	110,8	138,8
Власний капітал, тис. грн.	4501,3	4619,2	5373,8	5538,4	6969,9	116,3	103,1	125,8
у %-х до валюти балансу	40,9	36,2	40,4	37,6	34,1	111,6	93,0	90,7
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0,0	0,0	0,0	2102,8	4587,8	0,0	0,0	218,2
у %-х до валюти балансу	0,0	0,0	0,0	14,3	22,4	0,0	0,0	157,2
Поточні зобов'язання і забезпечення, тис. грн.	6510,8	8142,3	7923,5	7088,7	8882,0	97,3	89,5	125,3
у %-х до валюти балансу	59,1	63,8	59,6	48,1	43,5	93,4	80,8	90,3

## Додаток Г

## Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Показник	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018
Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	0,429	0,429	0,429	0,376	0,341
Коефіцієнт фінансової залежності	0,571	0,571	0,571	0,624	0,659
Коефіцієнт фінансового ризику	1,330	1,330	1,330	1,661	1,929
Коефіцієнт фінансування	0,752	0,742	0,752	0,602	0,518
Коефіцієнт забезпечення власних оборотних коштів	0,13	0,122	0,127	0,266	- 0,114
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,09	1,043	1,090	1,130	1,542

## Додаток Д

## Динаміка показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Показник	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,010	0,010	0,010	0,004	0,006
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,69	0,687	0,682	0,387	0,314
Коефіцієнт покриття (поточної ліквідності)	1,203	1,201	1,204	1,081	0,761
Частка запасів і витрат у поточних зобов'язаннях	0,524	0,523	0,522	0,694	0,446

## Динаміка показників ділової активності ТОВ «Мальцайт ГМБХ»

Показник	Значення					Абсолютне відхилення			
	2014	2015	2016	2017	2018	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017
Коефіцієнт оборотності активів	1,49	1,35	1,49	1,67	1,51	-0,14	0,14	0,18	-0,16
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,75	6,82	6,76	20,35	12,32	0,07	-0,06	13,59	-8,03
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	7,79	7,79	7,79	9,51	7,79	0,00	0,00	1,73	-1,72
Коефіцієнт оборотності основних засобів	2,93	2,88	2,95	3,01	3,52	-0,05	0,07	0,06	0,51
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	54,1	53,5	54,0	17,9	29,6	-0,54	0,51	36,09	11,69

## Додаток Ж

## Показники ефективності експорту ТОВ «Мальцайт ГМБХ» за 2014-2018 рр.

№ з/п	Показники/ Роки	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення абс.		Темп приросту, %	
							2018/2014	2018/2017	2018/2014	2018/2017
1	Виручка від експорту	588 684	585 336	498 270	733 684	474 373	-114 311	-259 310	-19	-35
2	Собівартість продукції	533 174	514 566	459 164	719 075	446 765	-86 410	-272 310	-16	-38
3	Витрати на навантаження на транспортний засіб	2 666	2 573	2 296	3 595	2 234	-432	-1 362	-16	-38
4	Витрати на доставку до основного перевізника	7 998	7 718	6 887	10 786	6 701	-1 296	-4 085	-16	-38
5	Повна собівартість експортної продукції	543 838	524 857	468 348	733 456	455 700	-88 138	-277 756	-16	-38
6	Ефект експорту	44 846	60 479	29 922	227	18 673	-26 173	18 446	-58	8115
7	Коефіцієнт ефективності експорту, %	1,082 5	1,11 52	1,06 39	1,00 03	1,04 09	-4,15	4,07	-50	13122