

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Експортна стратегія підприємств на ринку продукції АПК»**  
**(на матеріалах ТОВ «Перший фруктовий дім», м. Київ)**

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

Сахно Марії  
Олегівни

\_\_\_\_\_

*підпис*

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

Пугачевська Катерина  
Сергіївна

\_\_\_\_\_

*підпис*

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

Кудирко Людмила  
Петрівна

\_\_\_\_\_

*підпис*

**Київ 2019**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ПЕРШИЙ ФРУКТОВИЙ ДІМ»</b>	
1.1. Тенденції міжнародного ринку агропродовольчої продукції.....	6
1.2. Аналіз господарської і фінансово-економічної діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім».....	10
Висновки до розділу 1.....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПЕРШИЙ ФРУКТОВИЙ ДІМ» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ</b>	
2.1 Аналіз зовнішнього середовища діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім».....	20
2.2. Оцінка експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім».....	26
Висновки до розділу 2.....	31
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПЕРШИЙ ФРУКТОВИЙ ДІМ» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ</b>	
3.1.Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім».....	33
3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ «Перший фруктовий дім».....	42
Висновки до розділу 3.....	47
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	<b>48</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>51</b>
<b>ДОДАТКИ</b> .....	<b>54</b>

## ВСТУП

Для України пріоритетним та стратегічно важливим сектором економіки традиційно залишається агропромисловий комплекс. Саме тому повноцінне використання експортного потенціалу агропромислового комплексу країни відіграє ключову роль в її інтеграції в світовий економічний простір. Експортна стратегія має вирішальне значення у підвищенні результативності зовнішньоекономічної діяльності та є одним з основних факторів, що сприяють освоєнню зовнішніх ринків та подальшої виробничої діяльності за кордоном. Агропромисловий комплекс України нині характеризується наявністю значного експортного потенціалу, імперативом розкриття та реалізації якого є розробка і запровадження обґрунтованої стратегії функціонування та розвитку. Зазначене актуалізує проблему вивчення специфіки стратегічного планування на підприємствах АПК та вказує на необхідність визначення факторів, що впливають на успішність його здійснення у сучасних умовах. Вищезазначене актуалізує необхідність визначення експортної стратегії підприємств на ринку продукції АПК в умовах посилення міжнародної конкуренції.

Проблема розробки та запровадження експортних стратегій нині активно вивчається як вітчизняними, так і зарубіжними вченими. Значення стратегічного планування міжнародної економічної діяльності у своїх роботах досліджували З. Бочаєва, І. Бураковський, А. Кредісова, А. Мазаракі, Т. Циганкова, Т. Мельник, Ю.Яковець. Вивченню сутності експортної стратегії як економічної категорії приділено увагу у доробках В. Андрійчука, Б. Оліна, В. Сіденка, А.Філіпенка, Д.Шевельова. Значна увага приділена і оцінці проблем та перспектив розвитку агропромислового комплексу України. Подібні дослідження знаходимо у роботах В. Власової, В.Рокочі, В. Губенка, С. Кваші, П. Саблука, О. Фесини. Проте особливостям формування експортної стратегії підприємств АПК нині не приділено значної уваги, що зумовило звернення до даної теми у представленій випускній кваліфікаційній роботі.

**Метою дослідження** є розробка практичних рекомендацій, спрямованих на формування експортної стратегії підприємств в умовах посилення



міжнародної конкуренції, а також виявлення та аналіз особливостей формування експортної стратегії підприємств на ринку продукції АПК.

Відповідно до поставленої мети було визначено і вирішено такі **завдання**:

- дослідити тенденції міжнародного ринку агропродовольчої продукції;
- проаналізувати господарську і фінансово-економічну діяльність ТОВ «Перший фруктовий дім»;
- здійснити аналіз зовнішнього середовища діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім»;
- оцінити експортну стратегію ТОВ «Перший фруктовий дім»;
- розробити комплекс заходів щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім»;
- спрогнозувати оцінку ефективності запропонованих заходів ТОВ «Перший фруктовий дім»;

**Об'єктом дослідження** є процес формування експортної стратегії підприємств на ринку продукції АПК.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні та практичні засади формування експортної стратегії підприємств на ринку продукції АПК.

Для досягнення мети та вирішення основних завдань випускної кваліфікаційної роботи застосовані різноманітні **методи дослідження**: метод порівняння, узагальнення, систематизації та синтезу (при дослідженні сутності стратегій розвитку), економіко-статистичні методи, методи групування, графічного аналізу, (при оцінці особливостей функціонування ТОВ «Перший фруктовий дім» в умовах посилення міжнародної конкуренції), методи експертної діагностики, прогнозування (при визначенні напрямів удосконалення стратегії розвитку ТОВ «Перший фруктовий дім» в умовах посилення міжнародної конкуренції).

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає у дослідженні та подальшій розробці концептуальних засад щодо формування експортної стратегії підприємства в умовах посилення міжнародної конкуренції.

**Практична значущість** отриманих результатів дослідження полягає в тому, що рекомендації та розробки, запропоновані в роботі, щодо підвищення ефективності експортної стратегії можуть бути використані на підприємстві АПК.

Результати дослідження апробовано у збірнику наукових статей студентів заочної форми навчання, які здобувають ступінь вищої освіти «Магістр» за спеціальністю 051 «Економіка» спеціалізацією «Міжнародна економіка».

Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основна частина роботи становить 54 сторінки, включає 3 рисунка та 12 таблиць. Список використаних джерел містить 31 найменування.

## РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ПЕРШИЙ ФРУКТОВИЙ ДІМ»

### 1.1. Тенденції міжнародного ринку агропродовольчої продукції

Перед агропромисловим комплексом та агропродовольчим ринком постають нові задачі щодо зростання та стимулювання експортного потенціалу зокрема в умовах угоди про ЄС.

Отже, для того щоб безпосередньо вирішити поставлені задачі необхідно виявити чинники, які найбільше впливають на розвиток ринку агропродовольчої продукції і передумови виходу українських підприємств агропродовольчої продукції на європейський ринок.

Основні фактори, які формують ринкову кон'юктуру на світових аграрних ринках та сучасні тенденції у експорті та імпорті продовольства:

- зростання населення планети, і разом з цим збільшення споживання продуктів харчування та сільськогосподарської продукції;
- посилення ролі плодоовочевої продукції у країнах Близького Сходу, Африки, Латинської Америки та відповідне збільшення обсягів імпорту до цих регіонів;
- концентрація виробництва плодоовочевої продукції у розвинених країнах у той час, коли більшість країн, що розвиваються, імпортують його в значних обсягах;
- загострення конкуренції між різними видами олійної продукції. Основним чинником збільшення обсягів торгівлі соняшниковою олією стало загострення її споживання, яке пов'язане із збільшенням цінової різниці між соняшниковою олією та іншими видами олій. Це сприяло активізації імпорту такими потужними гравцями світового олійного ринку, як Індія та Іран;
- активізація аграрної політики та політики підтримки експорту.



Сприятлива державна політика окремих країн , наприклад, Бразилії , країни великого експортера, спрямована на агресивне просування продукції на зовнішні ринки;

- коливання курсів національних валют щодо долара США;
- зміни у раціоні харчування населення, особливо у розвинених країнах, надання переваги більш корисним для здоров'я продовольчим товарам.

Загалом міжнародний ринок агропродовольчої продукції характеризується такими тенденціями:

- 1) поступове зростання потреб населення в продуктах харчування, у порівнянні з обсягами їх виробництва. Відтак, спостерігається підвищення темпів приросту сукупного попиту на продовольчі товари, порівняно із темпами нарощування обсягів пропозиції;
- 2) сталі тенденції зростання цін на продовольчі товари, що зумовлює проблему забезпечення економічної доступності продуктів харчування для населення;
- 3) зниження рівня світових запасів продовольства.
- 4) виробництво та споживання органічних продуктів. Так, у 2010 р. під органічним землеробством використовувалося менш ніж 25 млн га , а вже у 2018 його загальна площа становила 45 млн га .
- 5) загострення конкуренції при падінні якості та зменшення кількості природних ресурсів, а також скорочення екосистемних послуг.
- 6) зміна аграрних структур, агроіндустріалізація і глобалізація виробництва продовольства [1].

Отже, розглянувши тенденції ринку агропродовольчої продукції, можна зробити висновок, що виробництво аграрної продукції втрачає свою національну ізолюваність (безумовно , така ситуація може задовольняти як виробника, так і споживача).

За останні 70 років населення планети зросло в два рази. Це зростання значною мірою зумовлено приростом населення у країнах з низьким рівнем доходів, оскільки там, дуже гостро постає проблема нестачі продовольства.

Аналізуючи динаміку та проноз росту населення світу (1950-2050 рр.), можна спостерігати чітку тенденцію до його зростання (кожен рік населення світу зростає приблизно на 80 млн осіб) [21].

Очікується, що до 2022 р. населення Землі складе 8-9 мільярдів осіб. Внаслідок цього, необхідно відмітити тенденцію до загострення глобальної продовольчої проблеми, яка полягає у випереджаючому зростанні чисельності населення у порівнянні із ростом виробництва продуктів харчування.

Загострення проблеми, що стосується голоду дало поштовх для активізації виробництва генетично модифікованої сільськогосподарської продукції, що використовується на національному ринку окремих країн. Спостерігається ситуація, коли певні країни переходять від повної відмови від вироблення та споживання генно-модифікованої продукції. Окремі країни узаконюють вирощування певних видів сільськогосподарської продукції і розширення наукових досліджень у даному напрямі. У 2018 р. у світі використовувалося близько 179,7 млн га земельних ресурсів під вирощування генетично модифікованих культур. Найбільші площі, де вирощують генетично модифіковані культури зосереджені у 22 країнах, наприклад, Аргентині, Бразилії, Китаї та Індії [3].

Можна зробити висновок, що попит на генно-модифіковану продукцію виникає у споживачів слаборозвинутих країн, на органічну продукцію – населення високорозвинених країн. Таким чином, на міжнародному ринку агропродовольчої продукції існує попит на якісну та безпечну продовольчу продукцію з боку розвинених країн та необхідністю подолання голоду в країнах, що розвиваються, за рахунок споживання генетично-модифікованої продукції.

Безумовно, разом зі зростанням виробництва агропродовольчої продукції відбувається і збільшення обсягів зовнішньої торгівлі товарами даної категорії.

Дослідження ринку агропродовольчої продукції у розрізі основних експортерів є показовим з огляду порівняння тенденцій спеціалізації країн. За



статистичними даними агентства International Trading Center, створено вибірку країн-лідерів за експортом плодоовочевої продукції. Найбільше зростання експорту спостерігалось в таких країнах: Туреччина (в основному мандарини, помідори, лимони та апельсини), Гватемала (в основному банани), Індія (цибуля і помідори), Єгипет (апельсини і цибуля) і Перу (в основному виноград).

Іспанія залишається найбільшим експортером плодоовочевої продукції в світі, за нею слідують Мексика і Китай.

Нідерланди – перша країна у світі за експортом свіжих овочів, насамперед цибулі, помідорів, огірків, солодкого перцю і качанної капусти, а у експорті свіжих фруктів Голландія знаходиться лише на дев'ятому місті. Здобути такої позиції в рейтингу експортерів Нідерланди змогли в основному завдяки ре-експорту. У списку світових імпортерів свіжих фруктів і овочів, Нідерланди знаходяться на шостому місці. За останні 10 років імпорт плодоовочевої продукції в цю країну збільшився на 4%. В структурі імпорту Нідерландів найбільша частка належить апельсинам, мандаринам, винограду, ананасу, лимонам, диням, авокадо, манго і грейпфрутам [17].

За результатами вищевказаного дослідження також було розглянуто динаміку розвитку світового товарного ринку продукції АПК за період 1995-2018 рр. В цей період спостерігається тенденція до його активного зростання. Очікується, що до 2025 р. відбудеться посилення позитивного тренду і це може забезпечити сукупний обсяг світової торгівлі даною продукцією на рівні щонайменше 23,8 трлн дол. США. При цьому очікувана частка продуктів рослинного походження може досягнути позначки у 5,25% і складе 1240,0 млрд дол. США, тваринного – 3,31%, або 759,2 млрд дол. США. Також прогнозується тенденція щодо концентрації світової торгівлі сільськогосподарськими продуктами по окремих групах країн: лише десять країн поставляють на світові ринки понад 51% сукупного обсягу продуктів. Україна займає лише 1,06% світового ринку агропродовольчих продуктів [31].

У світовому вимірі Україна на різноманітних ринках: азійському,

європейському, африканському та ринках інших країн, веде експортні й імпорتنі операції агропродовольчими товарами. Найбільшу частку експорту продукції вітчизняного АПК складають продукти рослинного походження, в основному за рахунок продажу зернових культур: пшениці, кукурудзи, ячменю. Саме це, безумовно, спричинило значне розширення торговельних зв'язків. За результатами 2018 року український експорт агропродовольчої продукції до країн ЄС збільшився на 8,7%. Як зазначається, у 2018 році зовнішньоторговельний оборот товарами АПК між Україною та країнами ЄС збільшився на 11,4% порівняно з 2017 роком та сягнув понад 9 млрд доларів, з яких 6,3 млрд доларів припадає на український аграрний експорт [27].

Отже, визначивши тенденції розвитку міжнародного ринку агропродовольчої продукції, виявлено перспективи розвитку світових сільськогосподарських ринків, що створює спроможність створити систему напрямів задля посилення позицій України на світовому товарному ринку.

## **1.2. Аналіз господарської і фінансово-економічної діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім»**

ТОВ «Перший фруктовий дім» було засноване в 1995 році. Підприємство займається виробництвом, переробкою, зберіганням, торгівлею та експортом плодоовочевої продукції. Завдяки успішному досвіду в експорті агропродуктів ТОВ «Перший фруктовий дім» входить в десятку найбільших компаній – експортерів заморожених ягід України в 2016 – 2017 роках [24].

ТОВ «Перший фруктовий дім» - молода, сучасна, перспективна компанія, яка свою роботу базує на принципах ефективності та екологічності виробництва, безпечності виробленої продукції, повного сервісу для постачальників та покупців.

Для цього підприємство використовує найсучасніше обладнання, висококваліфікований персонал та сертифіковану систему управління виробництвом. Не відхиляючись від заданої мети керівництву вдалося

накопичити величезний досвід та знання, закріпити конкурентні позиції на ринку агропродуктів, що також допомогло компанії зайняти лідируюче місце в даному бізнесі.

Для оцінки фінансово-господарського стану ТОВ «Перший фруктовий дім» та аналізу показників його платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності та прибутковості було використано Баланс підприємства та Звіт про фінансові результати за 2014-2018 роки, розрахунок було проведено за формулами Додатку В. На основі цих даних були розраховані темпи росту, абсолютні та відносні відхилення. Аналіз динаміки показників фінансової звітності за 2014-2018 роки наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Перший фруктовий дім»  
за 2014 – 2018 роки, тис. грн.

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення		Темп росту 2017/2016	Темп росту 2018/2017
						2017/2016	2018/2017		
Чистий дохід від реаліз. продукції	211259	421844	693630	1492451	1260897	798821	-231554	2,15	0,85
Собівартість реалізованої продукції	199825	400541	648535	1400486	1236530	751951	-163956	2,16	0,88
Фін. результат від операцій діяльності	6712	8100	9469	-17145	-2944	-26614	14201	-1,81	0,17
Адміністративні витрати	4291	6210	7708	8493	9847	785	1354	1,10	1,16
Витрати на збут	38172	40198	43072	26046	26211	-17026	165	0,60	1,01
Інші операційні витрати	3177	4823	5950	119436	198078	113486	78642	20,07	1,66
Чистий прибуток	1001	998	1052	-33100	-15913	-34152	17187	-	31,46

Джерело: Розраховано за матеріалами Додатку А, Б

Проаналізувавши дані звіту про фінансові результати ТОВ «Перший фруктовий дім», можна зробити висновок, що чистий дохід від реалізації продукції протягом досліджуваних років коливався, порівнюючи 2017 та 2016 рік, даний показник збільшився на 798821 тис. грн. А з 2017 року спостерігається його скорочення на 231554 тис. грн.



Собівартість реалізованої продукції зросла на 751951 тис. грн у 2017 році порівняно з 2016 роком. У 2018 році даний показник зменшився на 163956 тис. грн, що є позитивним ефектом для діяльності підприємства.

Адміністративні витрати мають чітку тенденцію до зростання, і станом на 2018 рік їх величина становила 9847 тис. грн.

Витрати на збут зазнавали коливань, оскільки у 2017 році порівняно з попереднім роком, вони скоротилися на 17026 тис. грн, а в 2018 році, порівняно з 2017 роком, вони збільшилися на 165 тис. грн.

Інші операційні витрати у 2016-2018 роках постійно зростали, і їх сума у 2018 році становила 198078 тис. грн.

Для оцінки продуктивності використання оборотних активів підприємства варто розрахувати показники оборотності (ділової активності).

Ділова активність оцінюється системою показників (коефіцієнтів), які характеризують найважливіші сторони діяльності підприємства: оборотність оборотних активів, оборотність запасів, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості, активів, тривалість обороту всіх активів [14].

Досліджуючи динаміку абсолютних показників, необхідно виявити, на скільки вона відповідає їх оптимальному співвідношенню (табл.1.2). Розрахунок даних показників відбувався на основі даних звіту про фінансовий стан та звіту про фінансову результати досліджуваного підприємства.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів порівняно з 2015 роком у 2018 році збільшився у 4 рази, що є свідченням підвищення ефективності їх використання (за інших рівних умов), оскільки вони швидше перетворюються в грошову форму. Оптимальний напрямок – прискорення.

Оптимальним варіантом при оцінці швидкості обороту дебіторської заборгованості – прискорення.

У 2015 році даний показник становив 2,2, натомість у 2018 році 9,2. Оборотність активів характеризує собою здатність активів до випуску певного обсягу продукції за одиницю часу в процесі господарського використання.

Таблиця 1.2

Динаміка показників ділової активності ТОВ «Перший фруктовий дім»  
за 2015-2018 роки

Показники	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	
					2017/ 2016	2018/ 2017
Оборотність оборотних активів	1,3	2,1	4,1	5,0	1,97	0,88
Оборотність запасів	3,9	6,2	10,7	12,7	4,5	2
Оборотність дебіторської заборгованості	2,2	3,5	7,2	9,2	3,7	2
Оборотність кредиторської заборгованості	1,95	2,5	4,8	6,5	2,3	1,7
Оборотність активів	1,3	2,1	4,0	4,8	1,9	0,8
Тривалість (період) обороту активів, дн	276	177	98	34	-79	-64

Джерело: розраховано за матеріалами Додатку А, Б

На ТОВ «Перший фруктовий дім» спостерігається зростаюча тенденція показника, що означає підвищення ефективності використання активів. Якщо у 2018 році на кожну гривню залучених коштів було отримано суму 4,8 грн., натомість у 2017 році показник становив 4 грн. на кожну гривню залежних коштів. Період обороту активів у 2018 р. склав 34 дні.

Забезпеченість запасів джерелами формування є сутністю фінансової стійкості, а наслідком - платоспроможність (ліквідність). Ліквідність - це здатність активів перетворюватись у грошові кошти з метою покриття короткострокових боргів. Показники ліквідності дають уявлення про платоспроможність підприємства не тільки на конкретну дату, а й на випадок надзвичайних ситуацій [13].

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнт негайної (абсолютної) ліквідності, загальний коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності), проміжний коефіцієнт покриття (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Перший фруктовий дім»  
на 31.12. 2014-31.12.2018 роки

Показники	На 31.12.					Абсолютне відхилення	
	2014	2015	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018/ 2017
Коефіцієнт негайної (абсолютної ліквідності)	0,082	0,080	0,056	0,063	0,053	-0,007	-0,010
Зальний коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності)	1,189	1,184	0,825	0,925	0,726	0,100	-0,199
Проміжний коефіцієнт покриття	0,798	0,796	0,560	0,561	0,465	0,001	-0,096

Джерело: розраховано за матеріалами Додатку А, Б

Платоспроможність підприємства характеризує абсолютний показник перевищення всіх активів над усіма зобов'язаннями (довгостроковими і короткостроковими боргами). Підприємство вважається платоспроможним, якщо його загальні активи більше, ніж довгострокові і короткострокові зобов'язання.

Коефіцієнт негайної (абсолютної ліквідності) для ТОВ «Перший фруктовий дім» має позитивну тенденцію, оскільки в усі досліджувані роки він не перевищував критеріальних значень (0,2-1), і це означає більш ефективніше використання грошових коштів. Проте у 2018 році спостерігається скорочення показника з 0,064 до 0,054 .

Найкращим значенням коефіцієнта покриття характеризувалися 2014-2015 роки , оскільки значення коефіцієнта перевищувало 1.

Проміжний коефіцієнт покриття оцінює ступінь покриття короткострокових зобов'язань лише за рахунок грошових коштів та дебіторської заборгованості (тобто без врахування запасів). Оптимальне значення знаходиться в межах 0,7-0,8.

Для ТОВ «Перший фруктовий дім» в 2014-2015 роках цей коефіцієнт мав оптимальне значення - 0,7. А в 2016-2018 роках не досягалося рівня оптимального значення, що є свідченням відсутності можливостей у



підприємства погашення необхідної частини поточних зобов'язань за рахунок оборотних активів без врахування найменш ліквідної їх форми (товарно-матеріальних цінностей).

Оцінити ступінь захищеності інтересів кредиторів та інвесторів, що мають довгострокові вкладення в компанію можна за допомогою показників платоспроможності (табл. 1.4).

Аналіз даних показників дає змогу оцінити здатність підприємства до погашення довгострокової заборгованості.

Таблиця 1.4

## Динаміка показників платоспроможності

ТОВ «Перший фруктовий дім» на 31.12. 2014 – 31.12. 2018 роки

Показники	На 31.12.					Абсолютне відхилення	
	2014	2015	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018/ 2017
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	-0,187	-0,200	-0,212	-0,081	-0,378	0,131	-0,297
Коефіцієнт фінансової автономії	-0,237	-0,260	-0,179	-0,059	-0,291	0,120	-0,232
Коефіцієнт заборгованості	-5,218	-4,831	-6,591	-17,964	-4,431	-11,373	13,533
Коефіцієнт поточної заборгованості	1,237	1,262	1,17	1,05	1,29	-0,12	0,24
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,988	-0,890	1,151	1,351	1,216	0,2	-0,135

Джерело: розраховано за матеріалами А,Б

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами оцінює структуру оборотних коштів за джерелами формування – за рахунок власного капіталу чи заборгованості. Оптимальне значення не нижче 0,3-0,4. Для ТОВ «Перший фруктовий дім» в жоден із досліджуваних років оптимального значення не досягалося. Коефіцієнт був від'ємним, що означає, що структура визнається незадовільною, а підприємство – неплатоспроможним.

Коефіцієнт заборгованості характеризує рівень заборгованості підприємства (демонструє частку позикового капіталу в загальному його

обсязі). В усі досліджувані роки даний показник для ТОВ «Перший фруктовий дім» був нижче критеріального (0,5), що є передумовою зниження фінансової стійкості підприємства та підвищення рівня ризику невиконання своїх боргових зобов'язань.

Коефіцієнт поточної заборгованості оцінює структуру позикових джерел фінансування, рівня короткострокової заборгованості в загальному обсязі позикового капіталу. Для досліджуваних років (2014-2018 рр.) даний коефіцієнт надто сильно не змінювався і коливався в межах 1,0. Це означає, що співвідношення оборотних активів підприємства та різниці між зобов'язаннями, пов'язаними з необоротними активами та власним капіталом є рівними. Оптимальне значення це 0,1-0,2.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу ТОВ «Перший фруктовий дім» зазнавав коливань протягом досліджуваного періоду, проте він є більшим за критеріальне значення 0,5 в періоді 2016-2018 років, що означає покращення спроможності погашення поточних зобов'язань. Найвищим рівнем даного показника характеризується 2017 рік, де він становив 1,351, що на 0,2 більше ніж у 2016 році, проте у 2018 році показник зменшився на 0,135 і становив 1,216.

Для розрахунку прибутковості підприємства використовують показники рентабельності. Показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку підприємства. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняльного аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. Основні показники рентабельності ТОВ «Перший фруктовий дім» розраховані в табл. 1.5.

Для ТОВ «Перший фруктовий дім» коефіцієнт рентабельності активів набував позитивного значення в 2015-2016 роках, оскільки підприємство мало чистий фінансовий прибуток. Негативні значення показника протягом 2017-2018 років характеризуються наявністю у підприємства збитку.

Аналізуючи коефіцієнт рентабельності власного капіталу ТОВ «Перший фруктовий дім» видно, що даний показник був від'ємним лише у 2015-2016

роках , а у 2017 та 2018 роках набував позитивного значення.

Таблиця 1.5

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Перший фруктовий дім»  
за 2015-2018 роки

Показник	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	
					2017/ 2016	2018/ 2017
Коефіцієнт рентабельності активів	0,0031	0,0032	-0,089	-0,061	-0,121	0,028
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-0,019	-0,018	0,787	0,547	0,805	-0,24
Коефіцієнт рентабельності необоротних активів	0,124	0,122	-3,796	-2,023	-3,918	1,773
Коефіцієнт рентабельності оборотних активів	0,0032	0,0032	-0,091	-0,063	-0,0942	0,028
Коефіцієнт рентабельності позикового капіталу	0,0038	0,0031	-0,080	-0,055	-0,0083	0,025
Коефіцієнт рентабельності обороту	0,0023	0,0015	-0,022	-0,0126	-0,0235	-0,0346

Джерело: розраховано за матеріалами А,Б

Коефіцієнт рентабельності необоротних активів оцінює обсяг отримання чистого прибутку на одиницю необоротних активів. Оптимальним є максимізація позитивного значення, що характерно для ТОВ «Перший фруктовий дім» у 2016 році, де даний показник показує динаміку зростання (максимізації). У 2017 році він становив - 3,796, що на - 4,107 менше ніж у 2016 році, натомість у 2018 році спостерігається зниження даного показника, де він становив -2,023.

Коефіцієнт рентабельності оборотних активів оцінює обсяг отримання чистого прибутку в розрахунку на одиницю оборотних активів. Найкращим значенням коефіцієнта рентабельності оборотних активів для підприємства «Перший Фруктовий Дім» характеризувався 2015 і 2016 рік, адже відбулося зростання, коли даний коефіцієнт становив 0,0032. В усі наступні роки підприємство мало негативне значення даного показника (2017 рік -0,09; 2018



рік - 0,063).

Коефіцієнт рентабельності обороту (продажу) характеризує результат господарської діяльності підприємства, обсяг прибутку на одиницю обороту (продаж) і частку прибутку в ціні продукції (товарів, робіт, послуг). У 2017 – 2018 роках даний показник для ТОВ «Перший фруктовий дім» набував негативного значення і мав тенденцію до коливань, проте у 2015 і 2016 році він мав позитивне значення, що показувало в той рік збільшення суми прибутку на одиницю продаж підприємства.

Отже, проаналізувавши показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім», можна дійти висновку, що на підприємстві існує чимало проблем, пов'язаних з нестачею та неефективним використанням власних коштів. Але наявність прибутку вказує на підвищення рівня ефективності діяльності підприємства.

### **Висновки до розділу 1**

Отже, для того щоб безпосередньо вирішити поставлені задачі необхідно виявити чинники, які найбільше впливають на ринок агропродовольчої продукції і передумови виходу українського ринку агропродовольчої продукції на європейський ринок сільськогосподарських товарів.

Загалом ринок агропродовольчої продукції характеризується такими тенденціями: 1) поступове зростання потреб населення в продуктах харчування, якщо порівнювати з обсягами їх виробництва; 2) сталі тенденції зростання цін на продовольчі товари; 3) зниження рівня світових запасів продовольства.

Отже, визначивши тенденції розвитку міжнародного ринку агропродовольчої продукції, виявлено перспективи розвитку світових сільськогосподарських ринків, що створює спроможність створити систему напрямів задля посилення позицій України на світовому товарному ринку.

ТОВ «Перший фруктовий дім» - молода, сучасна, перспективна компанія, яка свою роботу базує на принципах ефективності та екологічності виробництва, безпечності виробленої продукції, повного сервісу для

постачальників та покупців.

Для цього підприємство використовує найсучасніше обладнання, висококваліфікований персонал та сертифіковану систему управління виробництвом. Не відхиляючись від заданої мети, вдалося накопичити величезний досвід та знання, закріпити конкурентні позиції на ринку і агропродуктів. Це також допомогло компанії зайняти лідируюче місце в даному бізнесі.

Для оцінки фінансово-господарського стану ТОВ «Перший фруктовий дім» та аналізу показників його платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності та прибутковості було використано Баланс підприємства та Звіт про фінансові результати за 2014-2018 роки. На основі цих даних були розраховані темпи росту, абсолютні та відносні відхилення. Проаналізувавши показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім», можна дійти висновку, що на підприємстві існує чимало проблем, пов'язаних з нестачею та неефективним використанням власних коштів. Але наявність прибутку вказує на підвищення рівня ефективності діяльності підприємства

## **РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПЕРШИЙ ФРУКТОВИЙ ДІМ» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ**

### **2.1 Аналіз зовнішнього середовища діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім»**

Експортна діяльність є важливою і невід'ємною складовою господарської активності підприємства. Здійснення експортних операцій стає вагомим передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції, що, в свою чергу, дозволяє також створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства на внутрішньому ринку. Для національної економіки зростання обсягів експортних поставок суб'єктів господарювання виступає основним інструментом підтримки позитивного балансу зовнішньої торгівлі, необхідного для забезпечення стабільності валютного курсу, повного та своєчасного фінансування імпортованих закупівель, збільшення впливу вітчизняних підприємств на глобальні господарські процеси тощо [7].

ТОВ «Перший фруктовий дім» самостійно здійснює всі види зовнішньоекономічної діяльності. Ключовим напрямком діяльності компанії «Перший фруктовий дім» є експорт плодоовочевої продукції, зокрема томатів, огірків, цибулі, картоплі, яблук, ягід. Найбільшими експортерами плодоовочевої продукції в світі є такі країни: Іспанія, Мексика, Китай, Нідерланди.

Основними конкурентами ТОВ «Перший фруктовий дім» на ринку оптової торгівлі плодоовочевою продукцією є:

- вітчизняні підприємства, які здійснюють вирощування овочів та фруктів, реалізують власну продукцію на внутрішньому ринку та здійснюють її експорт закордон;



- фірми, що здійснюють діяльність пов'язану виключно з купівлею плодоовочевої продукції та її продажем на внутрішньому та зовнішньому ринках;

- міжнародні компанії, які працюють в Україні через відповідні дочірні підприємства та здійснюють діяльність, пов'язану з купівлею плодоовочевої продукції та її експортом з території України закордон.

У 2018-му Україні вдалося істотно розширити географію експорту плодоовочевої продукції. Ключовими ринками збуту стали Індія (35,7%), Білорусь (34,2%), Туреччина (12,3%) та Польща (8,6%) [2].

Серед вітчизняних підприємств, що є основними конкурентами ТОВ «Перший фруктовий дім» є: «Украфлора-Вінниця», «Херсонський тепличний комбінат», «Агроконцерн», «ВПК-Агро», «ФруктЕксПол», «Українська ягода» тощо [28].

У 2018 році Україна імпортувала агропродукції на 5,5 млрд доларів, що на 17,4% більше, ніж за підсумками 2017 р. [19].

Сезон 2017-2018 року став рекордним за обсягом зібраного врожаю картоплі в Україні. За даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України станом на 1 жовтня 2018 року без урахування тимчасово окупованих територій, в Україні зібрали 22,180 млн т. картоплі з 1,304 млн га, що на 2,5% більше, ніж на 1 жовтня 2017 року [19].

Україною також у цьому сезоні було експортовано рекордний обсяг фруктів. За офіційними даними «АПК – ІНФОРМ» обсяг експорту фруктів з України у 2018 році зріс на 64% в порівнянні з 2017 роком [2].

Таким чином, починаючи з липня 2018 року, Україна експортувала понад 27 тис. тонн яблук загальною вартістю 9,7 млн дол., що є найкращим результатом за останні 5 років.

ТОВ «Перший фруктовий дім» за даними «АПК – ІНФОРМ» входить в 20 найбільших експортерів (табл. 2.1). Найкращу позицію ТОВ «Перший фруктовий дім» займає експортуючи яблука (1,4 % від загальноукраїнського експорту у 2018 році) [2].

Основними напрямками експорту яблук є країни Європи: Болгарія, Італія, Туреччина, Чехія, Латвія, Литва, Молдова, Польща, Грузія, Угорщина та інші.

Найбільша частка експорту яблук припадає на ТОВ «Веста» (19,11%), але тенденція зміни є негативною порівнюючи 2017 та 2018 роки, абсолютна зміна є від'ємною і становить -0,02 тис. тонн. Натомість позитивною є тенденція нарощення обсягу експорту яблук ТОВ «Перший продуктовий дім».

Таблиця 2.1

Динаміка експорту яблук найбільшими вітчизняними підприємствами  
в 2016 -2018 роках

Підприємство	Структура експорту топ-10 підприємств, %			Абсолютна зміна	
	2016	2017	2018	2017 /2016	2018 /2017
ТОВ «Веста»	19,11	22,91	20,60	1,52	-0,02
ТОВ «Ан-Фрут»	14,84	15,36	15,12	0,79	0,22
ТОВ «Грін Тін»	19,29	14,17	14,16	0,10	0,24
ПАТ «Імпак»	21,51	10,11	12,19	-0,8	0,54
ПАТ «Агрофрукт»	1,42	8,68	8,86	1,23	0,18
ТОВ «Еко-Сфера»	7,56	6,87	7,05	0,25	0,15
ТОВ «Колосок»	8,71	6,49	6,49	0,06	0,11
ТОВ «Агро-Еталон»	1,24	5,87	5,87	0,80	0,10
ТОВ «ФруктЕскПол»	2,84	4,87	4,91	0,46	0,09
ТОВ «Перший фруктовий дім»	3,46	4,68	4,74	0,36	0,09
ВСЬОГО	100	100	100	4,77	1,7

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [19]

Частка ТОВ «Перший фруктовий дім» у експорті яблук на 2018 рік становила 4,74%, спостерігається позитивна тенденція до нарощування обсягів експорту яблук.

ТОВ «Перший фруктовий дім» за даними «АПК – ІНФОРМ» замає 17

місце за експортом картоплі [2] (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Основні підприємства-експортери картоплі в Україні за 2017 - 2018 роки

Підприємство	Частка, %			Темп росту 2017/2016	Темп росту 2018/2017
	2016	2017	2018		
ПАТ «Мрія Агрохолдинг»	7,9	8,2	8,4	1,03	1,024
ТОВ «Агромарк»	5,8	6,1	6,5	1,05	1,066
ТОВ «Імпак»	3,2	4,0	4,4	1,25	1,10
ТОВ «Агротех»	3,0	3,8	4,1	1,26	1,079
ТОВ «Екофілд»	2,9	3,4	3,8	1,17	1,118
ТОВ «Луї Дрейфус Україна Лтд.»	1,8	2,3	2,7	1,27	1,174
ПрАТ «Райз – Максимко»	1,6	2,2	2,5	1,37	1,136
ТОВ «Енселко Агро»	1,2	2,0	2,2	1,66	1,10
ТОВ «Украфлора»	1,1	1,9	2,1	1,72	1,105
ПП «Аграна Фрут Лука»	1,4	1,6	1,9	1,14	1,188
ПрАТ «Компанія Райз»	1,0	1,5	1,9	1,5	1,267
ПрАТ «Україна Голд Сад»	1,3	1,6	1,8	1,23	1,125
ТОВ «Солана Україна»	1,0	1,3	1,6	1,3	1,231
ТОВ «Західний Рітейл»	0,9	1,2	1,4	1,33	1,167
ТОВ «Гренвіс»	0,6	1,0	1,3	1,66	1,30
ТОВ «Ан-Фрут»	0,3	0,7	1,2	2,33	1,714
ТОВ «Перший фруктовий дім»	0,5	0,8	1,1	1,6	1,375

Джерело: розраховано за даними Державної Служби Статистики України [19]

З даних таблиці видно, що беззаперечними лідерами в експорті картоплі є ПАТ «Мрія Агрохолдинг» частка його від загальноукраїнського експорту становить 8,4 (2018 р.) і має тенденцію до збільшення. Друге місце займає ТОВ «Агромарк» займаючи 6,5%. Частка від загальноукраїнського експорту ТОВ «Імпак» становить 4,4 %.

ТОВ «Перший фруктовий дім» є одним із лідерів щодо експорту картоплі на зовнішні ринки, частка від загальноукраїнського експорту становить на 2018 рік 1,1%. Підприємство виділяється такими темпами росту: порівняно з 2017



роком у 2018 році відбулося зростання в 1,375 рази.

Значну частку в загальному експорті ТОВ «Перший фруктовий дім» займають плоди фруктів, овочі, охолоджені фрукти, фруктові та овочеві соки (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Товарна структура експорту ТОВ «Перший фруктовий дім»,  
у 2014-2018 роках, тис. тонн

Товарна позиція	Обсяг, тис. тонн					Структура експорту, %					Абсолютна зміна, тис. тонн	
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
Фруктові та овочеві соки	48,6	50,7	51,9	50,6	52,0	24,6	24,7	24,3	23,1	22,4	-1,3	1,4
Овочі	58,2	59,4	60,3	59,4	61,5	29,4	28,9	28,3	27,2	26,5	-0,9	2,1
Охолоджені фрукти	29,8	30,3	31,4	40,2	43,6	15,0	14,8	14,7	18,3	18,8	8,8	3,4
Плоди фруктів	60,9	64,4	69,4	68,6	74,2	30,8	31,4	32,5	31,3	32,0	-0,8	5,6
Всього	197,5	205	213	218,8	231,3	100	100	100	100	100	5,8	12,5

Джерело: складено автором за даними [25]

Основними товарами, що експортує ТОВ «Перший фруктовий дім» є картопля, томати, огірки, цибуля ріпчаста. Найбільшу частку в експорті займають плоди фруктів (32 %), натомість овочі (26,5 %), фруктові та овочеві соки (22,4%), найменшу частку займає експорт охолоджених фруктів (18,8%).

Основними країнами, куди експортує плодоовочеву продукцію ТОВ «Перший фруктовий дім» є: Болгарія, Італія, Туреччина, Чехія, Латвія, Литва, Республіка Білорусь, Молдова, Польща, Грузія, Угорщина та інші (рис. 2.1).

Найбільшу частку серед країн – імпортерів плодоовочевої продукції підприємства у 2018 році займає Польща, на неї припадає 21 %. Після неї Чехія (18,5%) та Угорщина (17,8%) [22].

На сучасному етапі розвитку частка експорту для ТОВ «Перший фруктовий дім» становить 35% від всього обсягу виробництва.

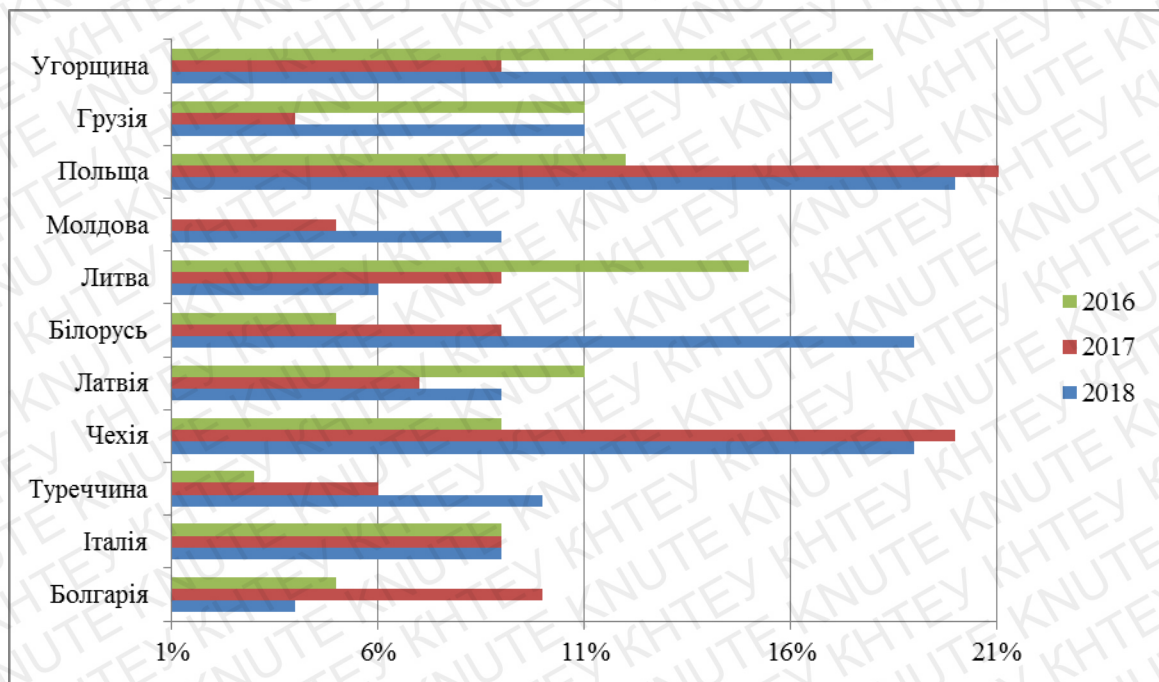


Рис. 2.1 Географічна структура експорту плодоовочевої продукції  
ТОВ «Перший фруктовий дім» у 2016-2018 р., % [24]

Для кожного підприємства, котре розвивається рано чи пізно настає момент, коли його рівень характеристик вітчизняного ринку починає його не задовільняти. На це може впливати політичний клімат та економічні умови в країні. Саме тому більшість крупних підприємств розпочинають реалізовувати свою продукцію не лише на внутрішніх, а також і на зовнішніх ринках. В умовах функціонування ринкової економіки українські підприємства розпочинають вихід на міжнародний ринок.

З метою вивчення бізнесового середовища, його правових умов, сильних та слабких сторін досліджуваного підприємства і підприємства-конкурентів, а також дослідження комплексних взаємовпливів розглянутих факторів необхідно здійснити PEST –аналіз.

Метою PEST-аналізу є моніторинг змін макросередовища за чотирма вузловими напрямками і виявлення тенденцій, подій, невідконтрольних підприємству, але здійснюючих вплив на прийняття стратегічних рішень (табл.2.4).

Таблиця 2.4

## PEST-аналіз ТОВ «Перший фруктовий дім»

<b>Р (політичні)</b>		<b>Е (економічні)</b>	
- законодавча база;	5	- стан економіки країни загалом;	5
- державне галузеве регулювання;	4	- інфляція;	3
- кредитна політика держави;	3	- корупція;	4
- податкова політика	5	- витрати на енергію та водопостачання	5
- захист вітчизняного товаровиробника	3	- кредитно-грошова політика	3
- захист прав споживачів	3	- державна підтримка товаровиробників	4
- трудове право	3	- політика щодо безробіття сільського населення	4
- державне втручання	4		
- політична нестабільність	5		
<b>Разом</b>	<b>32</b>	<b>Разом</b>	<b>28</b>
<b>S (соціальні)</b>		<b>T (технологічні)</b>	
- демографічні зміни;	5	- державна технологічна політика;	4
- екологія середовища;	3	- значні зміни в НТП;	3
- кваліфікаційні характеристики	3	- нові технології та їх вплив на підприємство	4
- розподіл доходів	3	- швидкість зношування техніки	3
- удосконалення охорони праці	4	- використання енергетичних ресурсів	5
- життєвий рівень населення	4	- фокусування на новітні технології	3
<b>Разом</b>	<b>22</b>	<b>Разом</b>	<b>22</b>

Примітка. Бальна оцінка: 5- найбільший вплив, 4 - середній, 3-найменший вплив.

Проведений аналіз показав, що на підприємство в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори, оскільки серед визначених найбільш впливових з них, більшість отримали негативну оцінку. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в країні.

## 2.2. Оцінка експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім»

Основними напрямками експорту плодоовочевої продукції досліджуваного підприємства є країни Європи: Болгарія, Італія, Туреччина, Чехія, Латвія, Литва, Республіка Білорусь, Молдова, Польща, Грузія, Угорщина та інші.



Підприємство «Перший фруктовий дім» має сильні позиції на 15 ринках по всій Європі. Найбільш важливим та прибутковим ринком в «Перший фруктовий дім» є ринок Польщі. Проте, щоб краще оцінити експортний потенціал та готовність компанії розширювати ринки, треба розглянути більш детально частини ринку, на яких діє компанія.

Зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Перший фруктовий дім» здійснюється на основі наступних нормативів:

- порядку реєстрації підприємств, об'єднань, виробничих кооперативів і інших організацій, що здійснюють експортно-імпортні операції;
- закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність", організаційних і правових питань;
- основних положень міжнародного приватного права в частині організації й здійснення торгових операцій, матеріально-правових норм міжнародної купівлі-продажу;
- законодавства, що регулює митні норми ввозу й вивозу товарів;
- положення про порядок ліцензування операцій у зовнішньоекономічних зв'язках;
- порядку експорту й імпорту окремих товарів загальнодержавного призначення;
- антидемпінгового законодавства;
- порядку здійснення лізингових і бартерних операцій;
- їхнього правового забезпечення;
- правил страхування вантажів зовнішньої торгівлі;
- техніки здійснення експортних угод, біржових операцій;
- порядку висновку, зміни, виконання й припинення дії господарських договорів на здійснення експортних і імпорتنих операцій, умов дійсності [26].

Для ефективного здійснення зовнішньоекономічної діяльності на рівні підприємства необхідна адекватна умовам його роботи структура керування. На ТОВ «Перший фруктовий дім» основні функції в цій сфері керування зовнішньоекономічною діяльністю акумулює директор і його заступники.

Організацією експортних операцій на підприємстві займається розглянутий вище керівник підприємства, що виконує усі функції, пов'язані з експортом продукції.

ТОВ «Перший фруктовий дім» продає свої продукти в основному замовникам, що здобувають право власності на товар при перетинанні товаром української границі, тобто використовує непрямий метод експорту. Однак іноді підприємство самостійно виходить на міжнародні ринки і ринок державних установ - держзамовлення і держконтракт.

Відомо, що від того, хто бере на себе видатки, пов'язані з транспортуванням, страхуванням і митним оформленням вантажів, залежить ціна, позначена в контракті. ТОВ «Перший фруктовий дім» уже не в перший рік працюючи з закордонними партнерами, застосовує умови Incoterms, що систематизують правила міжнародної торгівлі.

Метою підприємства при виході на європейський ринок і здійсненні експортних операцій є одержання прибутку від експорту. Причому даний прибуток повинний бути більше можливого прибутку при реалізації товару на внутрішньому ринку, інакше витрати на організацію експортних операцій є недоцільними і неефективними.

Комерційний успіх ТОВ «Перший фруктовий дім» залежить від ефективності його збутової діяльності. Тому маркетинг виконує одну з найважливіших функцій. Керування маркетингом може здійснюватися з позицій п'яти різних підходів: концепція удосконалювання виробництва; концепція удосконалювання товару; концепція інтенсифікації комерційних зусиль; концепція маркетингу і концепція соціально-етичного маркетингу. ТОВ «Перший фруктовий дім» використовує комбінацію всіх цих підходів з упором на один з них у залежності від конкретної ситуації.

На ринках ТОВ «Перший фруктовий дім» постійно зіштовхується з конкуренцією у всіляких її проявах: пряма конкуренція - фірми, що випускають аналогічні продукти зі схожими технічними показниками; непрямая конкуренція - фірми, що випускають інші види продукції. Група маркетингу підприємства

займається вивченням діяльності конкурентів і систематизацією зведень про них для вироблення успішної стратегії боротьби за частку на ринку.

На ТОВ «Перший фруктовий дім» розроблена ефективна облікова політика підприємства, включаючи технологію планування податкових платежів, з метою оптимізації фінансових результатів; розроблена і впроваджена система фінансового планування й обліку на основі бюджетного підходу; розроблена технологія керування витратами і прибутком підприємства з використанням сучасної методики керування безбитковістю; розроблена і впроваджена методика керування ефективністю угод із застосуванням оптимальних форм розрахунку з контрагентами.

Метою підприємства при виході на зовнішній ринок і здійсненні експортних операцій є одержання прибутку від експорту. Причому даний прибуток повинний бути більший можливого прибутку при реалізації товару на внутрішньому ринку, інакше витрати на організацію експортних операцій є недоцільними і неефективними.

Необхідною умовою для успішного проведення експортних операцій є аналіз їхньої ефективності з метою встановлення найбільш оптимальної структури експорту і прийняття обґрунтованих рішень в області управління.

Ефективність діяльності підприємства у динаміці – величина не постійна, яка може змінюватися під впливом таких факторів:

- 1) стан ринкової кон'юнктури підприємства;
- 2) залучення у підприємницьку діяльність додаткових інвестицій;
- 3) інтенсивне використання внутрішніх резервів та спроможностей підприємства, а саме застосування інтенсивних форм відтворення, таких як реконструкція, використання новітніх технологій;
- 4) впровадження різних інновацій у виробництво [4].

За оцінкою ефективності експортної діяльності та адаптації до ринків збуту, підприємство розглядає можливість створення виробничих потужностей на новому ринку. Ефективність результату експорту полягає в: отриманні максимального прибутку; швидкій та своєчасній дистрибуції, ніж у



конкурентів; стабільній лідерській позиції; нарощуванні частки ринку; мінімальних витратах; оптимальному логістичному шляху продукту (склад країни «А» - склад країни «Б»); задоволені споживача, який регулярно купуватиме продукцію з обраного портфелю компанії [15].

Тому, ефективність є відображенням результативності функціонування економічної системи, що визначається співвідношенням отриманого економічного ефекту (результату) та витрат ресурсів (факторів), які обумовили досягнення такого ефекту (табл. 2.5). Ефективність експорту визначається з урахуванням базисних умов постачання Інкотермс 2010.

Таблиця 2.5

Динаміка ефективності експорту продукції ТОВ «Перший фруктовий дім» у 2014 - 2018 рр.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Обсяг, тис. тонн	197,5	205	213	218,8	231,3
Ціна за тону, дол. США.	62,3	68,4	72,3	77,5	79,4
Курс валюти, грн / дол. США	11,89	21,84	25,55	26,69	27,89
Ціна за тону, грн.	740,75	1493,86	1847,27	2068,48	2214,47
Дохід від експорту, тис. грн.	146297,53	306240,48	393467,45	452582,33	512205,99
Ефективність експорту	1,88	2,47	2,54	2,55	2,29

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства.

Таким чином, на даний момент ефективність підприємства характеризується високою волатильністю, що зумовлено коливаннями курсу національної валюти та зміною вартості виробництва та експорту продукції. Відтак необхідно розробити експортну стратегію, за якої буде простежуватись тенденція до зростання ефективності експорту на підприємстві.

Результати дослідження експортної діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім» дають підстави стверджувати, що компанія має величезний потенціал розвитку на зовнішньому ринку. Однак, досліджуючи модель розвитку підприємства загалом, необхідно виділити і певні проблеми і протиріччя, що характеризують його експортну стратегію. Проаналізувавши політику ТОВ

«Перший фруктовий дім» на рівні окремих функціональних сфер, можна виділити наступні зауваження:

- в сфері операційного управління, підприємство орієнтоване на кілька операційних пріоритетів, - забезпечення якості, швидкості обслуговування і гнучкості. Домінування декількох операційних пріоритетів в деякій мірі обмежує можливості компанії, що ускладнює конкуренцію на ринку (хоча і обумовлюється політикою диверсифікації);

- в сфері фінансового управління компанія орієнтована на забезпечення своєчасних розрахунків і обмеження можливих ризиків, пов'язаних з коливанням валютних курсів, забезпечення фінансово-економічної безпеки. При цьому, питання пошуку можливостей оптимізації системи витрат підприємства і стратегічного бюджетування є другорядними;

- в сфері управління маркетингом основна увага зосереджена на маркетингових комунікаціях, при цьому стратегічні пріоритети маркетингової політики визначені досить слабо;

- в сфері управління трудовими ресурсами головний акцент зосереджений на якісне і своєчасне обслуговування, що звичайно для компанії дуже важливо. При цьому питання формування кадрового резерву, розвитку трудових ресурсів з точки зору підготовки до нових напрямків діяльності компанії також є не першочерговим.

Отже, підприємство намагається бути ефективним за рахунок ефективної системи управління в існуючих сегментах, а не за рахунок освоєння нових, формування політики розвитку, перегляду пріоритетів у напрямках діяльності та оптимізації їх структури тощо.

## **Висновки до розділу 2**

Ключовим напрямком діяльності компанії «Перший фруктовий дім» є експорт плодоовочевої продукції, зокрема томатів, огірків, цибулі, картоплі, яблук, ягід, охолоджених фруктів.

Основними напрямками експорту плодоовочевої продукції є країни



Європи: Болгарія, Італія, Туреччина, Чехія, Латвія, Литва, Республіка Білорусь, Молдова, Польща, Грузія, Угорщина та інші .

Підприємство «Перший фруктовий дім» має сильні позиції на 15 ринках по всій Європі. Найбільш важливим та прибутковим ринком в «Перший фруктовий дім» є ринок Польщі.

З метою вивчення бізнесового середовища, його правових умов, сильних та слабких сторін досліджуваного підприємства і підприємства-конкурентів, а також дослідження комплексних взаємовпливів розглянутих факторів був здійснений PEST –аналіз. Аналіз показав, що на підприємство в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори, оскільки серед визначених найбільш впливових з них, більшість отримали негативну оцінку. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в країні.

Метою підприємства при виході на зовнішній ринок і здійсненні експортних операцій є одержання прибутку від експорту. Причому даний прибуток повинний бути більший можливого прибутку при реалізації товару на внутрішньому ринку, інакше витрати на організацію експортних операцій є недоцільними і неефективними.

Здійснивши PEST-аналіз виявилось, що на підприємство в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори, оскільки серед визначених найбільш впливових з них, більшість отримали негативну оцінку. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в країні.

На даний момент ефективність підприємства характеризується високою волатильністю. Відтак необхідно розробити експортну стратегію, за якої буде простежуватись тенденція до зростання ефективності експорту на підприємстві.



## РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПЕРШИЙ ФРУКТОВИЙ ДІМ» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

### 3.1. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім»

Визначені цілі компанії ТОВ «Перший фруктовий дім» складають основу для формування стратегії експорту, яка дозволить підприємству правильно спланувати систему критеріїв, пріоритетів та сценарії в розвитку експортної діяльності підприємства. Отже, стратегія експорту агропромислового підприємства повинна будуватись на таких ключових складових (рис.3.1)



Рис. 3.1 Пропоновані складові стратегії експорту

Джерело: складено автором.

Першим етапом в побудові стратегії виходу на нові зарубіжні ринки має бути етап попереднього відбору можливих ринків, сутність якого зводиться до оцінки всіх потенційно можливих ринків збуту продукції досліджуваного підприємства. При цьому основними макрофільтрами для оцінювання є географічна віддаленість, політичні ризики, ризики бізнес-середовища.

Географічна віддаленість – це фактор, що визначає низку особливостей експортної діяльності. При значній географічній віддаленості зростають витрати на доставку продукції, що значно здорожчує її ціну, подовжуються терміни доставки, що негативно впливає на збереженість, а також зростають ризики втрати або пошкодження товару [12].

Потенційно привабливими ринкам для ТОВ «Перший фруктовий дім» є країни Азії. Можливості виходу підприємства на азійські ринки обумовлені низкою чинників:

- 1) країни Азії демонструють стійке зростання чисельності населення, що потребує значного обсягу продовольства – продукції харчової промисловості, кормів для сільськогосподарських тварин тощо. Це створює передумови експорту на азійські ринки пловоовочевої продукції;
- 2) вказані регіони проходять період свого розвитку та будівництва, що робить їх перспективним регіоном для збуту продукції;
- 3) ряд країн вказаного регіону є відомими реекспортерами (наприклад, Ліван, Катар, ОАЕ) [10].

Розглянемо концепцію проекту з розширення ринків експорту на ринки країн Азії та Близького Сходу (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

Концепція проекту з диверсифікації ринків експорту ТОВ «Перший фруктовий дім» за рахунок країн Азії та Близького Сходу

1. Причини ініціалізації проекту :
-збільшення обсягів ринку агропродовольчої продукції ; -збільшення прибутку.
2. Мета проекту: Розширення ринку експорту продукції до країн Азії та Близького Сходу Часові обмеження: не більше 5 років. Фінансові обмеження: 10 млн. грн.
3. Очікувані вигоди проекту
-збільшення обсягів ринку агропродовольчої продукції; -збільшення додаткових робочих місць; -підвищення попиту; -збільшення обсягу продажу продукції компанії; -збільшення прибутку; -збільшення відсотків по дивідендам; -популярність та лояльність підприємства серед нових споживачів
4. Допущення та ризики проекту
- затримка виробництва продукції; - затримка постачання продукції; - митні бар'єри, зростання курсу іноземної валюти

Джерело: складено автором.

Разом з тим, вихід на ринки країн Азії та Близького Сходу має певні перешкоди, як політичного, так і культурно-релігійного характеру.

Основними політичними перешкодами стають тарифні і нетарифні засоби захисту зарубіжних ринків. Імпортні мита на сільськогосподарську продукцію в Японії є одними з найбільших серед розвинених країн, оскільки держава захищає національних фермерів. Поряд з цим, вихід на японський ринок є ускладненим у зв'язку із значними технічними бар'єрами – високими вимогами до якості продукції, її пакування, маркування тощо [11].

Культурно-релігійними перешкодами до експорту вітчизняної продукції агропромислового комплексу та харчової промисловості у країни Азії та Близького Сходу є традиції ісламських держав – харчові продукти мають відповідати стандартам «халяль».

Загалом, проведений аналіз зарубіжних ринків показав, що за чинниками географічної віддаленості та політичних ризиків найбільш потенційно привабливими для просування продукції вітчизняних підприємств є ринки Азії.

Місією експортної стратегії підприємства має бути просування власної продукції на ринок Азії шляхом налагодження довготривалих тісних стосунків з іноземними партнерами.

Оскільки концепцію проекту визначено та обрані потенційні ринки, наступним кроком планування проекту є визначення маркетингової стратегії. Скористуємось матрицею Ансоффа.

На основі матриці обирається одна стратегія з чотирьох, хоча можливо і дві, якщо товар одночасно продається на новому і старому ринках. Цей факт особливо підкреслюється в літературі і є одним із доказів того, що горизонтальна вісь означає споживачів. Відповідно можливі наступні стратегії:

а) стратегія проникнення: може застосовуватися, коли ринок ще не насичений, а переваги порівняно з конкурентами можуть бути отримані в результаті зниження витрат виробництва, низьких цін, більш активної реклами;

б) стратегія розвитку ринку означає діяльність по збільшенню збуту на нових споживчих ринках або на нових географічних чи демографічних сегментах ринку;



в) стратегія розвитку товару полягає в створенні нових модифікацій товарів для існуючих ринків;

г) стратегія диверсифікації застосовується для усунення залежності від якогось одного товару. Єдиною перешкодою для цього може бути обмеженість в ресурсах [30].

Відповідно до цієї матриці, ТОВ «Перший фруктовий дім» доцільно дотримуватись стратегії розвитку ринку, оскільки для підприємства немає необхідності створювати новий продукт для нового ринку, через те, що реалізація невідомого продукту на досить новому ринку може супроводжуватись значними ризиками.

Отже, на основі представлених вище результатів дослідження пропонується інвестиційний проект, який буде спрямований на розширення ринків експорту компанією ТОВ «Перший фруктовий дім» на ринки Азії.

Розширення ринку експорту до цих країн значно покращить ключові аспекти роботи підприємства і забезпечить:

- збільшення обсягів ринку агропродовольчої продукції
- збільшення додаткових робочих місць;
- підвищення попиту;
- збільшення обсягу продажу продукції компанії;
- збільшення прибутку;
- популярність та лояльність підприємства серед нових споживачів.

Подальший розвиток експорту ТОВ «Перший фруктовий дім», орієнтований на отримання максимального прибутку від розширення закордонних ринків з мінімальними витратами, а також на досягнення очікуваної ефективності та виконання плану. Розробка стратегії виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Азії потребує формулювання основних стратегічних заходів. Їх можна узагальнити лише з урахуванням результатів стратегічного аналізу зовнішньоекономічного середовища вітчизняних підприємств. При цьому сучасний період розвитку економіки характеризується такими факторами зовнішньоекономічного макрооточення:

- 1) значне зростання валютного курсу;
- 2) високі стандарти якості продукції ;
- 3) високі вимоги до дотримання умов зовнішньоекономічних контрактів та низький рівень довіри до українських експортерів;
- 4) використання сучасних інформаційних систем з метою документообігу зовнішньоекономічної діяльності.

Охарактеризуємо більш детально вплив кожного з виділених факторів макрооточення та можливі стратегічні заходи підприємства ТОВ «Перший фруктовий дім» для зменшення негативного впливу середовища і використання його позитивних наслідків:

1. Зростання валютного курсу матиме здебільшого позитивний вплив на фінансову діяльність підприємства, тому цей фактор є активізуючим, стимулюючи вихід ТОВ «Перший фруктовий дім» на нові зарубіжні ринки.

2. Основним бар'єром виходу ТОВ «Перший фруктовий дім» на зарубіжні ринки є високі стандарти якості продукції. Найбільшою мірою це стосується продукції сільського господарства та харчової промисловості. Тому при переорієнтації експорту на ринки країн Азії підприємство повинне, перш за все, провести сертифікацію продукції.

3. Важливими умовами макросередовища на етапі реалізації стратегії охоплення зовнішніх ринків є високі вимоги закордонних виробників до дотримання умов зовнішньоекономічних контрактів та низький рівень їх довіри до українських експортерів. Для покупців з Азії, дуже важливою є безпека і розвинена логістика. Багато кінцевих споживачів не впускають нових постачальників (особливо для великих обсягів) і фірми без сертифікатів, потрібних в даній галузі [5].

Тому для «Перший фруктовий дім» буде доцільним не відкриття філіалу в азійській державі, а придбання вже готового бізнесу зі сформованим переліком замовників.

З метою збільшення довіри іноземних партнерів доцільно проводити навчання управлінських кадрів в Азії, а також навчання управлінських працівників іноземним мовам.

4. Суттєвим фактором впливу макрооточення на етапі реалізації стратегії виходу на азійський ринок є використання іноземними підприємствами сучасних інформаційних систем з метою документообігу зовнішньоекономічної діяльності та вимоги автоматизації аналогічних напрямків діяльності у своїх партнерів. Тому ТОВ «Перший фруктовий дім» також повинне прагнути до оптимізації документообігу експортної діяльності, використовуючи сучасні технології.

Розглянувши теоретичні основи ефективності експортних операцій, можна розробити комплекс заходів щодо поліпшення організації і підвищенню ефективності експортної стратегії, зокрема для ТОВ «Перший фруктовий дім»:

1. Підвищення конкурентоздатності товарів, вироблених на ТОВ «Перший фруктовий дім» планованих на експорт, тому що конкуренція на світовому ринку більш жорстка і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги. На ТОВ «Перший фруктовий дім» відсутній відділ, який безпосередньо займається пошуком, аналізом та обробкою інформації щодо конкурентів. Тому було б доцільно його створити для майбутньої перспективи.

Найбільш ефективними заходами щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Перший фруктовий дім» є постійне проведення виробничих нововведень. Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а все зростаюча актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює їх розв'язання за допомогою нових організаційно-технічних і економічних рішень. Найбільший за наслідками безпосередній вплив на результативність (ефективність) діяльності підприємства справляють технічні і організаційні нововведення. Інші нововведення впливають на виробництво опосередковано (через ефективність нових технічних і організаційних рішень).



2. Диверсифікація експорту, у результаті якої створюються кращі умови для господарського маневру, розширюються можливості впливу на економіку підприємства несприятливої світової господарської кон'юнктури, в тому числі погіршення "умов торгівлі". Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованих фірм. Для розробки і вибору стратегічних рішень підприємства в галузі ЗЕД важливе значення має аналіз і планування свого господарського портфеля. Останній являє собою набір видів продукції, яку випускає чи планує випускати підприємство в майбутньому.

3. Підвищення кваліфікації персоналу, що приймає участь в організації експортних операцій, шляхом регулярного проведення навчання й атестацій, а також шляхом стимулювання і мотивації персоналу. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством, випуск продукції, яка була б конкурентоспроможною на зарубіжних ринках, залежить не тільки від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринкового середовища та послідовного впровадження концепції просування товарів на зарубіжні ринки, а й від кваліфікації співробітників підприємства, ефективного управління персоналом. Основні пріоритети кадрової політики підприємства на певний тривалий період є важливим компонентом стратегічного плану розвитку підприємства. В стратегічному плані підприємства визначаються такі складові кадрової політики, як визначення якісного складу персоналу, критеріїв підбору співробітників, структури і штатного розкладу підприємства, напрямків підвищення кваліфікації окремих категорій співробітників.

Для більш чіткої організації системи управління персоналом на підприємстві необхідно розробити концепцію управління персоналом, що деталізує напрямки кадрової політики, які прийняті в стратегічному плані розвитку підприємства.

Мета концепції управління персоналом на ТОВ «Перший фруктовий дім» - створення системи, що ґрунтується, в основному, не на адміністративних

методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні найвищих економічних результатів діяльності підприємства.

4. Вибір найбільш ефективної форми організації відділу, що здійснює експортні операції. Організаційна структура управління ЗЕД підприємства залежить від методів виходу на зовнішні ринки. У цьому зв'язку можна виділити два варіанти:

1) безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ зовнішньоекономічних зв'язків (у великих системах - через управління зовнішньоекономічних зв'язків);

2) вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників.

Посередники можуть підвищити ефективність зовнішньоторговельних операцій за рахунок:

- кращого знання ринку, наявності постійної клієнтури;
- зниження витрат транспортування і збереження продукції, у тому числі за рахунок операцій зі значними партіями, що належать різним виробникам;
- скорочення термінів постачань і оформлення документів;
- забезпечення сервісу перед продажем і обслуговування після продажу;
- постачання товаровиробників оперативною і докладною інформацією про зміни конкурентоздатності продукції і ринкової ситуації в цілому, відомостями про реальних і потенційних конкурентів.

5. Поліпшення й оптимізація процесу пошуку контрагентів і встановлення контактів з ними. Потрібно більш інтенсивно використовувати такі засоби пошуку контрагентів, як:

- 1) інформацію в періодичній пресі ;
- 2) інформацію, що публікується самими фірмами (річних та балансових звітів про діяльність; каталогів фірм);

3) інформацію, що надається спеціалізованими організаціями (кредитно-довідковими бюро банків; спілками підприємців; торговими палатами; консультаційними фірмами; державними організаціями)..

4) інформація внутрішнього користування;

6.Залучення контрагентів для відносин на довгостроковій основі;

7. Застосування базисних умов постачання, мінімізуючих витрати експортера на транспортування товару. Застосування базисних умов спрощує складання й узгодження контрактів, допомагає контрагентам знайти способи поділу відповідальності й рішення виникаючих розбіжностей. Особливості базисних умов регламентовані міжнародною практикою.

8.Розробка і реалізація комплексу маркетингу при експорті кожного виду продукції при виході на новий ринок. Комплекс маркетингу – набір перемінних факторів маркетингу, які піддаються контролю, сукупність яких фірма використовує в напрямку викликати бажану відповідну реакцію зі сторони цільового ринку [6].

Отже, для забезпечення розвитку експортного потенціалу ТОВ «Перший фруктовий дім» необхідно є диверсифікація експорту продукції у напрямі країн Азії та Близького Сходу, впровадження у організаційну структуру маркетингових служб задля моніторингу конкурентного середовища, підвищення кваліфікації кадрового потенціалу, оновлення матеріально – технічної бази підприємства, збільшення виробництва продукції та розширення її номенклатури, зниження собівартості за рахунок залучення альтернативних джерел енергії, запровадження системи управління якістю продукції на аграрних підприємствах. Виконання даних заходів може забезпечити підвищення рівня експортного потенціалу ТОВ «Перший фруктовий дім» та забезпечити підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому та зовнішніх ринках в умовах посилення рівня конкурентної боротьби.



### 3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ «Перший фруктовий дім»

Здійснення надійного та адекватного прогнозу є ефективним інструментом у плануванні діяльності підприємства, завдяки чому можна своєчасно реагувати на зміни та запобігти небажаних результатів.

Після того, як сформовано концепцію проекту з розширення ринків експорту на ринки країн Азії та Близького Сходу, виявлено очікувані вигоди проекту та ризики доречно спрогнозувати майбутні вигоди ефективності проекту, а також проаналізувати, які можливі ризики можуть виникнути в разі застосування нової експортної стратегії. Використовуючи метод відсотка від продажу було розглянуто процес складання проектного звіту про фінансові результати на прикладі ТОВ «Перший фруктовий дім» (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Прогноз динаміки фінансових результатів  
ТОВ «Перший фруктовий дім» на 2019-2021 роки, тис. грн

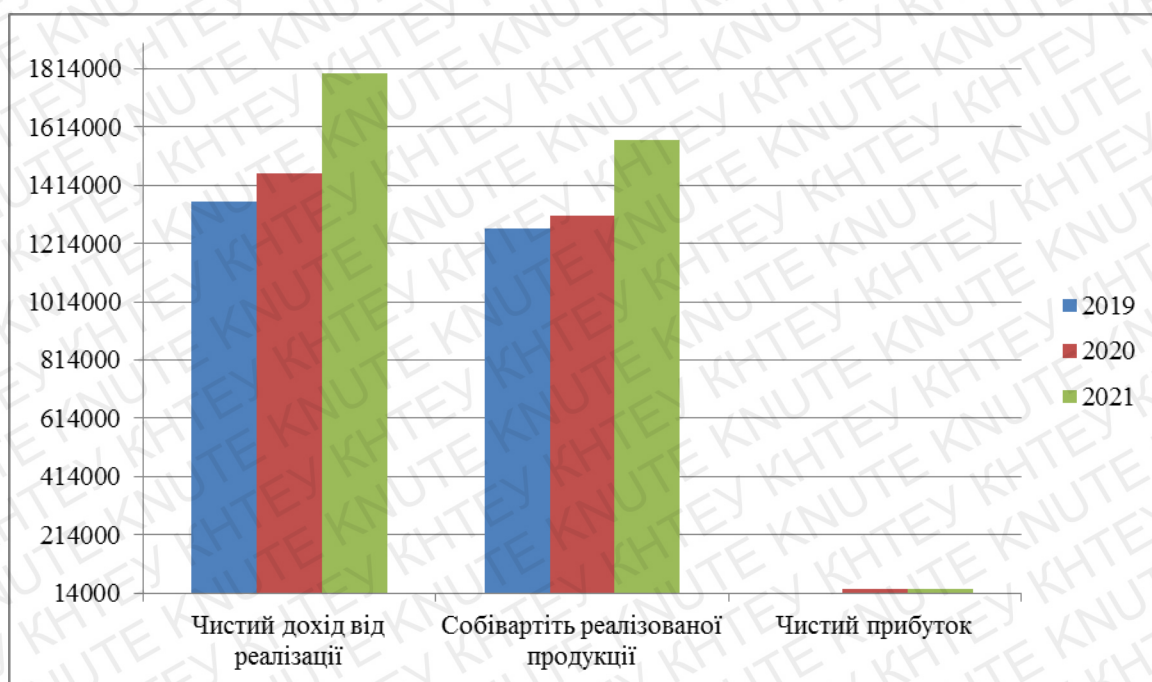
Показники	Факт	План	Прогноз	
	2018	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції	1260897	1355986	1456984	1796846
Собівартість реалізованої продукції	1236530	1265698	1309586	1569836
Фінансовий результат від операційної діяльності	-2944	-1569	40755	61587
Адміністративні витрати	9847	9986	10230	11956
Витрати на збут	26211	30695	29678	38794
Інші операційні витрати	198078	200694	235698	360300
Чистий фінансовий результат: прибуток / збиток	-15913	-996	15698	28695

Джерело: розраховано автором.

Прогнозований звіт показав, що під впливом прийнятих заходів товариство має можливість у прогнозованому році значно збільшити прибутковість своєї діяльності з збитку 15913 тис. грн. до прибутку у розмірі 28695 тис. грн. (рис.3.2).

Для прогнозування основних показників фінансових результатів у досліджуваному підприємстві використано статистичний пакет аналізу даних в

Excel. Як аргументи статистичної функції РОСТ, яка обчислює експоненційну апроксиманту даних кривих, використано числові значення чистого доходу від реалізації продукції, собівартість реалізованої продукції, фінансовий результат, адміністративні витрати, витрати на збут, чистий фінансовий результат за 2019–2021 рр. Із розрахунків, проведених за допомогою статистичного пакету аналізу даних в Excel, бачимо, що протягом наступних років підприємство буде прогресувати у своєму фінансово-господарському розвитку.



**Рис. 3.2 Прогноз динаміки фінансових результатів**

**ТОВ «Перший фруктовий дім» за 2019-2021 роки, тис. грн**

Джерело: розраховано автором.

З даних зазначених у табл. 3.2 та рис.3.3 стає зрозуміло, що дана експортна стратегія є успішною для підприємства ТОВ «Перший фруктовий дім», адже починаючи з першого року вона приносить чистий прибуток у розмірі 15 698 тис. грн. Аналізуючи показники доходів і витрат, можна зробити висновок, що показники чистого доходу від реалізації продукції щороку зростають та мають більшу тенденцію зростання в порівнянні з собівартістю. Це також впливає і на показники чистого прибутку, найбільше значення якого припадає на 2021 рік та складає 28 695 тис. грн.



Покращення показників діяльності підприємства перш за все відбулося за рахунок збільшення обсягу продаж на 12 % та за рахунок зменшення адміністративних витрат на 20% та безумовно виходу на ринки Азії.

Таким чином, прогнозування фінансового стану підприємства є основою для подальшого розвитку та розширення підприємства.

Основні переваги які отримає компанія ТОВ «Перший фруктовий дім» від впровадження даного проекту це:

- 1) розширення асортименту товарів.
- 2) збільшення конкурентоспроможності як на ринку України, так і на світовому ринку.
- 3) збільшення показників прибутковості, що дозволить розвиватися компанії в майбутньому.
- 4) стабілізація показників рентабельності, що дозволить подолати сучасну тенденцію до їх зниження протягом 2014 –2018 років
- 5) зміцнення позицій компанії.

Особливе значення для зростання ефективності ТОВ «Перший фруктовий дім» є оптимізація структури затрат на виробництво експортної продукції, що включає в себе вартість матеріальних витрат, амортизацію, оплату праці та інш. На підприємстві не розрізняють собівартості продукції в залежності від каналу реалізації, тобто показник собівартості є агрегованим вимірником виробленої продукції як для українських споживачів, так і для експорту.

Усі витрати на перевезення, зберігання, митні збори відповідно до зазначених в контрактах умов постачання є відповідальністю покупця.

Динаміка ефективності експорту є відображенням результативності функціонування економічної системи, що визначається співвідношенням отриманого економічного ефекту (результату) та витрат ресурсів (факторів), які обумовили досягнення такого ефекту.

Отже, для загального аналізу необхідно здійснити прогноз динаміки ефективності експорту продукції ТОВ «Перший фруктовий дім» у 2018-2021 рр. (табл.3.3) .



Таблиця 3.3

Динаміка ефективності експорту продукції  
ТОВ «Перший фруктовий дім» у 2018 - 2021 рр.

Показник	Факт	План	Прогноз	
	2018	2019	2020	2021
Обсяг, тис. тонн	231,3	240,5	280,9	350,8
Ціна за тонну, дол. США.	79,4	87,9	90,5	99,7
Курс валюти, грн / дол. США	27,89	25,48	26,74	28,65
Ціна за тонну, грн.	2214,47	2239,692	2419,978	2856,40
Дохід від експорту, тис. грн.	512205,99	538623,88	679749,91	1002025,12
Ефективність експорту	2,29	2,48	2,94	3,11

Джерело: розраховано автором.

Прогнозований звіт показав, що під впливом прийнятих заходів товариство має можливість у прогнозованому році значно збільшити ефективність експорту.

Проведені розрахунки свідчать про те, що експорт продукції ТОВ «Перший фруктовий дім» є економічно вигідним і варто шукати шляхи його збільшення з урахуванням найбільш вагомих факторів розвитку.

Отже, з метою подальшого підвищення ефективності господарювання ТОВ «Перший фруктовий дім» необхідно:

- створити власну сировинну базу за допомогою зворотної вертикальної інтеграції із сільськогосподарськими підприємствами, що сприятиме завантаженню потужностей та зниженню собівартості виробництва;
- для пом'якшення впливу сезонності диверсифікувати виробництво та експорт, зокрема шляхом виходу на ринок питних соків;
- запровадити стратегічне планування ЗЕД з огляду на перспективи реалізації експортного потенціалу підприємства з використанням карти стратегічного розвитку на основі збалансованої системи показників;
- удосконалити механізм управління ЗЕД, основними блоками якого є: фінансово-економічний, організаційний, мотиваційний, політичний та

науково-технічний, кожен з яких передбачає забезпечення виконання внутрішніх та зовнішніх цілей в аспектах міжнародного співробітництва та валютно-фінансової діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім»;

- забезпечити дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, її високої якості, використання міжнародних стандартів сертифікації продукції;
- провести роботу по залученню інвестиційних ресурсів, в т.ч. іноземних;
- проводити подальше удосконалення, модернізацію, модифікацію технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці;
- здійснювати ефективну цінову політику при експортних та інших операціях на міжнародному ринку, раціонально виконувати управління валютними ресурсами підприємства.

Подальший розвиток експорту ТОВ «Перший фруктовий дім», орієнтований на отримання максимального прибутку від розширення закордонних ринків з мінімальними витратами, а також на досягнення вищої ефективності та виконання плану. Важливим аспектом в експорті є визначення конкретних цілей. Для агропромислової компанії ТОВ «Перший фруктовий дім» такими цілями можуть стати:

- розширення виробництва;
- збільшення прибутку завдяки освоєнню нових ринків;
- економія на масштабах виробництва;
- підвищення чи підтримка техніко-економічного рівня виробництва під впливом міжнародної конкуренції;
- збільшення валютних ресурсів підприємства;
- диверсифікація виробництва



### Висновки до розділу 3

Розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім», спрогнозовано оцінку ефективності запропонованих заходів ТОВ «Перший фруктовий дім».

До факторів зовнішньоекономічного макрооточення, що у подальшому найімовірніше матимуть вплив на діяльність досліджуваного підприємства можна віднести: високі стандарти якості продукції закордоном; високі вимоги до дотримання умов зовнішньоекономічних контрактів та низький рівень довіри до українських експортерів; використання іноземними підприємствами сучасних інформаційних систем з метою документообігу зовнішньоекономічної діяльності.

Після того, як сформовано концепцію проекту з розширення ринків експорту на ринки країн Азії та Близького Сходу, виявлено очікувані вигоди проекту та ризики наступним кроком було прогнозування майбутніх вигод ефективності проекту, а також аналіз, можливих ризиків, що можуть виникнути в разі застосування нової експортної стратегії.

Здійснивши прогнозований звіт стало зрозуміло, що під впливом прийнятих заходів товариство має можливість у прогнозованому році значно вийти з зони збитку та досягти прибутку у розмірі 15 698 грн в 2020 році та 28 695 грн в 2021 році.

Подальший розвиток експорту ТОВ «Перший фруктовий дім», орієнтований на отримання максимального прибутку від розширення закордонних ринків з мінімальними витратами, а також на досягнення вищої ефективності та виконання плану.

Провівши відповідні розрахунки, прогнозуючи майбутню ефективність проекту та виокремивши відповідні ризики, проект з виходу на ринок Азії для компанії ТОВ «Перший фруктовий дім» є фінансово-ефективним та доцільним для реалізації з низькою ймовірністю виникнення ризиків.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Розглянувши тенденції ринку агропродовольчої продукції слід ідентифікувати тенденцію, що виробництво аграрної продукції втрачає свою національну ізолюваність (безумовно, така ситуація може задовольняти як виробника, так і споживача).

Загалом ринок агропродовольчої продукції характеризується такими тенденціями:

1) поступове зростання потреб населення в продуктах харчування, якщо порівнювати з обсягами їх виробництва. Відтак спостерігається підвищення темпів приросту сукупного попиту на продовольчі товари, порівняно із темпами нарощування обсягів пропозиції.

2) сталі тенденції зростання цін на продовольчі товари. Звідси виникає проблема фізичної та економічної доступності продуктів харчування для населення.

3) зниження рівня світових запасів продовольства.

Отже, експорт сировинної продукції АПК України з кожним роком скорочується. Відповідно до скорочення експорту спостерігається негативна тенденція індексу темпів росту експорту (-6 у 2018 році). Індекс частки у сукупному національному експорті показує важливість галузі для економіки країни. З кожним роком спостерігається збільшення частки у сукупному експорті України та становить у 2018 році 20%. Це свідчить про те, що експорт сировинної продукції АПК є пріоритетним для України. Індекс частки у сукупному національному імпорті вказує на важливість галузі для національного імпорту, а відтак для продовольчої безпеки країни. Для України цей показник становить 5-6%, що свідчить про незначну залежність країни від імпорту сировинної продукції АПК. Тобто, індекс відносного торговельного балансу України є позитивним.



Тому, визначивши тенденції розвитку міжнародного ринку агропродовольчої продукції, виявлено перспективи розвитку світових сільськогосподарських ринків, що створює спроможність створити систему напрямів задля посилення позицій України на світовому товарному ринку.

ТОВ «Перший фруктовий дім» - молода, сучасна, перспективна компанія, яка свою роботу базує на принципах ефективності та екологічності виробництва, безпечності виробленої продукції, повного сервісу для постачальників та покупців.

Для оцінки фінансово-господарського стану ТОВ «Перший фруктовий дім» та аналізу показників його платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності та прибутковості було використано Баланс підприємства та Звіт про фінансові результати за 2014-2018 роки. Проаналізувавши показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Перший фруктовий дім», можна дійти висновку, що на підприємстві існує чимало проблем, пов'язаних з нестачею та неефективним використанням власних коштів. Але наявність прибутку вказує на підвищення рівня ефективності діяльності підприємства. В результаті дослідження було виокремлено ряд конкурентів підприємства, здійснено оцінку фінансово-господарського стану, аналіз показників його платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності та прибутковості.

З метою вивчення бізнесового середовища, його правових умов, сильних та слабких сторін досліджуваного підприємства і підприємства-конкурентів, а також дослідження комплексних взаємовпливів розглянутих факторів був здійснений PEST-аналіз. Аналіз показав, що на підприємство в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори, оскільки серед визначених найбільш впливових з них, більшість отримали негативну оцінку. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в країні.

Створено концепцію проекту з розширення ринків експорту на ринки країн Азії та Близького Сходу, виявлено очікувані вигоди проекту та ризики. Визначивши концепцію проекту та потенційні ринки, наступним кроком було визначення маркетингової стратегії. Було обрано стратегію розвитку

ринку, оскільки для компанії немає необхідності створювати новий продукт для нового ринку, через те, що реалізація невідомого продукту на досить новому ринку може супроводжуватись значними ризиками.

Розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності експортної стратегії ТОВ «Перший фруктовий дім», спрогнозовано оцінку ефективності запропонованих заходів ТОВ «Перший фруктовий дім».

Провівши відповідні розрахунки, прогножуючи майбутню ефективність проекту та виокремивши відповідні ризики, проект з виходу на ринок Азії для компанії ТОВ «Перший фруктовий дім» є фінансово-ефективним та доцільним для реалізації з низькою ймовірністю виникнення ризиків.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агамов П.А., Присяжнюк М. В., Зубець М. В., Саблук П. Т. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи) / Агамов П.А., Присяжнюк М. В., Зубець М. В., Саблук П. Т. // Освіта, менеджмент і бізнес: світовий вимір – 2017 – с.89-96
2. АПК – Інформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/ru>
3. Баюра Д.О., Петрук В.В. Теоретичні аспекти розвитку стратегічного планування на підприємствах в умовах ринкової нестабільності// Наукові праці НДФІ, 2016. - Вип.2 (67). - С.153-158.
4. Бібліотека економіста. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://library.if.ua/book/76/5460.html>
5. Гарачук, Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю /Ю.О.Гарачук // Актуальні проблеми економіки. –2017. –№ 2. –С.60-66.
6. Диба О. Вплив глобалізації на соціально-економічний стан України / О. Диба, Є.Осадчий // Ринок цінних паперів України. –2017. –№ 7. – с. 19-28.
7. Експортувати просто. 10 років від виробництва до експорту. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/705/export-prosto\\_2016.pdf](http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/705/export-prosto_2016.pdf)
8. Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні» // Відомості Верховної Ради України. – 2002, N 35, ст.258
9. Закон України про ЗЕД від 16.04.1991 № 959-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1991, N 29, ст. 377 )
10. Захарій Ю. Державне субсидування експорту як інструмент зовнішньоторгівельної політики // Зовнішня торгівля.- 2016.- №1-2.- С.188-190.
11. Зінов'єв Ф. В. Ефективність використання експортного

потенціалу України / Ф. В. Зінов'єв, О. О. Якушев // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – No 2 (18), том 2. – Мелітополь : Люкс, 2016. – С. 401-410.

12. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2014 році: стат. зб. / [за ред. А.О. Фризоренка]. – К. : Державна служба статистики України, 2016-2018 –153с

13. Інтернет – портал. Єдиний інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/89875/156/templ>

14. Ковтун Е. Планування ЗЕД на підприємствах малого та середнього бізнесу / Е. Ковтун, Т. Малашевська // Тернопільський інститут АПВ НААН Інтернет-конференції:електрон. наук. фахове вид. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://confiapv.at.ua/publ/konf\\_6\\_7\\_traven\\_2010/14\\_planuvannja\\_zed\\_na\\_pidpriemstvakh\\_malogo\\_ta\\_serednogo\\_biznesu/1-1-0-18](http://confiapv.at.ua/publ/konf_6_7_traven_2010/14_planuvannja_zed_na_pidpriemstvakh_malogo_ta_serednogo_biznesu/1-1-0-18).

15. Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року (проект) [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства. –Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822>

16. Міжнародна економіка: зб. наук. ст.. студ. заочної форми навчання. відп. ред. Т.М. Мельник – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 236 с.

17. Офіційний сайт International Trade Center / [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.intracen.org/>

18. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

19. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

20. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>



21. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України / Проект національної стратегії розвитку експорту України/ [Електронний ресурс].–Режим доступу:

<http://ukrexport.gov.ua/ukr/zed/strategy/ukr/4589.html>.

22. Писаренко В.В. Формування ефективної інфраструктури плодоовочевого ринку / В.В. Писаренко //Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 95 – 99

23. Рейтинг страхових компаній України [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://forinsurer.com/ratings/nonlife/>

24. Сайт ТОВ Перший фруктовий дім . [Електронний ресурс].– Режим доступу :<http://pershfruktdom.ua>

25. Світовий банк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/>

26. Стратегія екологічної політики України до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ue-p.eu/our-activity/strategy/2011/september/strategya-ekologchnopolitiki-ukrani-do.html>.

27. Стратегія сталого розвитку «Україна –2020» / Указ Президента України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>

28. Українська Плодоовочева Асоціація [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://fruit-ukraine.org/>

29. Porter, М.Е. The competitive advantage of Nations [Електронний ресурс]: EBS CO host / М.Е. Porter // Harvard Business Review. –1990.–March-April. P. 73-93. –Режим доступу: <http://search.ebscohost.com>.

30. Nielsen Media Research: Глобальна вимірювальна компанія, яка надає дані та маркетингову інформацію. Режим доступу: <http://www.nielsen.com/de/de.html>

31. The Statistics Portal, Acreage of genetically modified crops [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.statista.com/statistics/263294/acreage-of-genetically-modified-crops-by->



country-since-2003/3.

## ДОДАТОК А

**Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Перший фруктовий дім» за 2014 – 2018 роки, тис. грн.**

Актив	Код рядка	На 31.12.				
		2014	2015	2016	2017	2018
<b>I. Необоротні активи</b>						
Нематеріальні активи	1000	58	100	182	105	49
первісна вартість	1001	301	392	488	421	421
накопичена вартість	1002	190	298	306	316	372
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0	174	38
Основні засоби	1010	7900	8000	8963	8012	7351
первісна вартість	1011	12958	13100		14725	15286
Знос	1012	3135	3250	4636	6713	7935
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	0	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0	0	0
Інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0	0	0

Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	1095	7958	8100	9145	8291	7438
<b>II. Оборотні активи</b>						
Запаси	1100	98542	101941	105893	154180	39832
Виробничі запаси	1101	801	849	989	1015	1107
Незавершене виробництво	1102	0	0	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0	0	0
Товари	1104	100123	102851	104904	153165	38725
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	100821	104811	105245	168572	33767
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	48291	50241	59122	9887	2001
з бюджетом	1135	6569	7262	8296	14587	9846
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	1	1	0	0
З нарахованих доходів	1140	0	0	0	0	0
Із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	23821	25142	27119	17059	16547
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0	0	0

Гроші та їх еквіваленти	1165	20875	21112	22609	26992	8234
Готівка	1166	0	0	0	0	0
Рахунки в банках	1167	11251	12181	14736	26661	2410
Витрати майбутніх періодів	1170	21	21	22	22	20
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1181	0	0	0	0	0
Резервах незароблених премій	1183	0	0	0	0	0
Інших страхових резервах	1184	0	0	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	681	705	794	733	720
<b>Усього за розділом II</b>	1195	299621	311235	329100	392032	110967
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	1200	0	0	0	0	0
<b>Баланс</b>	1300	307579	319335	338245	400323	118405
<b>Пасив</b>						
<b>I. Власний капітал</b>						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	12000	15000	18000	88000	93000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	20000	0	0	70000	0



Капітал у дооцінках	1405	0	0	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0	0	0
Резервний капітал	1415	108	108	108	108	108
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-60382	-69500	-78606	-111706	-127619
Неоплачений капітал	1425	0	0	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	1495	-48274	-54392	-60498	-23598	-34511
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>					0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	1595	0	0	0	0	0
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>					0	
Короткострокові кредити банків	1600	43211	69127	85780	122785	71925
Векселі видані	1605	0	0	0	0	0

Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0	0	0
За товари, роботи, послуги	1615	8161	10212	12939	53479	42400
За розрахунками з бюджетом	1620	23	21	26	23	33
За у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0	0	0
За розрахунками зі страхування	1625	0	0	0	0	0
За розрахунками з оплати праці	1630	0	0	1	0	1
За одержаними авансами	1635	199799	212188	299213	238788	13595
За розрахунками з учасниками	1640	0	0	0	0	0
Із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0	0	0
За страховою діяльністю	1650	0	0	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	720	1250	784	8846	24962
<b>Усього за розділом III</b>	1695	251914	262798	398743	423921	152916
<b>IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0	0	0
V.Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	307579	319335	338245	400323	118405

ДОДАТОК Б

**Звіт про фінансові результати ТОВ «Перший фруктовий дім» за 2014-2018 роки, тис. грн.**

**I. Фінансові результати**

Стаття	Код рядка	2014	2015	2016	2017 рік	2018 рік
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	211259	421844	693630	1492451	1260897
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	199825	400541	(648535)	(1400486)	(1236530)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0	0	0
Валовий: прибуток	2090	33122	38121	45095	91965	24367
Валовий: збиток	2095	0	0	0	0	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0	0	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0	0	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0	0	0	0
Інші операційні доходи	2120	17777	19185	21104	44865	206825
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0	0	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0	0	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0	0	0	0
Адміністративні витрати	2130	4291	6210	(7708)	(8493)	(9847)



Витрати на збут	2150	38172	40198	(43072)	(26046)	(26211)
Інші операційні витрати	2180	3177	4823	(5950)	(119436)	(198078)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	0	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	0	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	6712	8100	9469	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0	(0)	(17145)	(2944)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи	2220	7	5	8	53	172
Інші доходи	2240	0	0	0	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	0	0	0
Фінансові витрати	2250	5597	6504	(8425)	(16008)	(13141)
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	(0)	(0)	(0)
Інші витрати	2270	0	0	(0)	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1001	998	1052	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0	(0)	(33100)	(15913)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0	0	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	0	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1001	998	1052	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0	(0)	(33100)	(15913)

## ДОДАТОК В

Таблиця 1

## Показники ліквідності підприємства

Назва показника	Формула для розрахунку	Нормативне значення
Коефіцієнт покриття	$\frac{\text{ф.1 р. 1195}}{\text{ф.1 р. 1695}}$	>1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\frac{\text{ф.1 р. 1195} - \text{р. 1100}}{\text{ф.1 гр. 1695}}$	0,6 - 0,8
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{\text{ф.1 р. 1160} + \text{р. 1165}}{\text{ф.1 р. 1695}}$	>0 збільшення
Чистий оборотний капітал, тис. грн	ф.1 р. 1195 - р. 1695	>0 збільшення

Таблиця 2

## Показники платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства

Назва показника	Формула для розрахунку	Нормативне значення
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	$\frac{\text{ф.1 р. 1495}}{\text{ф.1 р. 1900}}$	>0,5
Коефіцієнт фінансування	$\frac{\text{ф.1 р. 1595} + \text{р. 1695}}{\text{ф.1 р. 1495}}$	<1 зменшення
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	$\frac{\text{ф.1 р. 1195} - \text{р. 1695}}{\text{ф.1 р. 1195}}$	>0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\frac{\text{ф.1 р. 1195} - \text{р. 1695}}{\text{ф.1 р. 1495}}$	>0 збільшення

Таблиця 3

## Показники ділової активності підприємства

Назва показника	Формула для розрахунку	Нормативне значення
Коефіцієнт оборотності активів	$\frac{\text{ф.2 р. 2000}}{\text{ф.1 (р. 1300 (гр. 3) + р. 1300 (гр. 4)) / 2}}$	збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$\frac{\text{ф.2 р. 2000}}{\text{ф.1 (р.1120+1125+1135+1130+1140+1145+1155 (гр. 3) + (р. 1120+1125+1135+1130+1140+1145+1155 (гр. 4)) / 2}}$	збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	$\frac{\text{ф.2 р. 2000}}{\text{ф.1 (р.1605+1615+1635+1620+1690+1625+1630+1640+1645 (гр. 3) + (р.1605+1615+1635+1620+1690+1625+1630+1640+1645 (гр. 4)) / 2}}$	збільшення
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	$\frac{360}{\text{Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості}}$	зменшення
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	$\frac{360}{\text{Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості}}$	зменшення
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	$\frac{\text{ф.2 р. 2050}}{\text{ф.1 (р. 1100+р. 1110 (гр. 3) + р. 1100+р. 1110 (гр. 4)) / 2}}$	збільшення
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	$\frac{\text{ф.2 р. 2000}}{\text{ф.1 (р. 1011 (гр. 3) + р. 1011 (гр. 4)) / 2}}$	збільшення
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$\frac{\text{ф.2 р. 2000}}{\text{ф.1 (р. 1495 (гр. 3) + р. 1495 (гр. 4)) / 2}}$	збільшення



Таблиця 4

## Показники рентабельності підприємства

Назва показника	Формула для розрахунку	Нормативне значення
Коефіцієнт рентабельності активів	$\frac{\text{ф.2 р. 2350 або р. 2355}}{\text{ф.1 (р. 1300 (гр. 3) + р. 1300 (гр. 4)) / 2}}$	>0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$\frac{\text{ф.2 р. 2350 або р. 2355}}{\text{ф.1 (р. 1495 (гр. 3) + р. 1495 (гр. 4)) / 2}}$	>0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності діяльності	$\frac{\text{ф.2 р. 2350 або р. 2355}}{\text{ф.2 р. 2000}}$	>0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності продукції	$\frac{\text{ф.2 р. 2190 (або р. 2195) + р. 2180 - р. 2120}}{\text{ф.2 (р. 2050 + р. 2130 + р. 2150)}}$	>0 збільшення