

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Стратегія міжнародної діяльності підприємства (за галузями промисловості)»
за матеріалами АТ «Молочний альянс», м. Київ**

Студентки 2 курсу, 9м групи,
факультету міжнародної торгівлі
і права
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний
бізнес»

Кацімон Наталії
Сергіївни

Науковий керівник,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри світової
економіки

Лежєпкокова
Вікторія
Геннадіївна

Гарант освітньо-
професійної програми
доктор економічних наук,
професор кафедри світової
економіки

Калюжна Наталія
Геннадіївна

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ	6
1.1. Теоретично-методологічні підходи до формування стратегії міжнародної діяльності підприємства	6
1.2. Аналіз фінансово-господарської та міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс»	10
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ АТ «МОЛОЧНИЙ АЛЬЯНС»	23
2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу АТ «Молочний альянс»	23
2.2. Вибір приймаючої країни АТ «Молочний альянс» у контексті розробки стратегії міжнародної діяльності підприємства	36
Висновки до розділу 2	40
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «МОЛОЧНИЙ АЛЬЯНС»	41
3.1. Пропозиції щодо вдосконалення стратегії міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс»	41
3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів.....	46
Висновки до розділу 3	51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасної глобалізації бізнесу, правильний вибір стратегії міжнародної діяльності підприємств є одним з основних завдань. Молочна промисловість в Україні не стоїть на місці і також розвивається на рівні з іншими галузями. Саме тому необхідність пошуку нових ринків збуту стає все актуальнішою.

Для нормального функціонування в умовах світового ринку підприємствам необхідно правильно обрати стратегію. У зв'язку з цим необхідно дослідити внутрішніх та зовнішніх конкурентів, вивчити їх методи діяльності, дослідити тенденції розвитку підприємств обраної галузі і, підсумовуючи всі дані, створити власний вектор розвитку міжнародної діяльності.

Обґрунтовано обрана у відповідності зі сформованими умовами зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства й ефективно реалізована стосовно інших підприємств-конкурентів стратегія дозволяє підприємству за допомогою сформованого конкурентного потенціалу завоювати відповідну конкурентну позицію в конкурентному середовищі.

Аналіз рівня розробленості теми. Проблеми формування стратегії міжнародної діяльності досліджували багато науковців. Серед них Турчак В.В [29], Л. Антонюк, І. Волкова, О. І.Чайкова, А.І. Кріштальова, Т.П. Кононенко [30], О. Вівчар, С. Маталка, Т.В. П'ятак, В.О. Ігумнова та інші. Щодо проблем зовнішньоторговельної діяльності підприємств торгівлі, то їх висвітлюють як вітчизняні науковці Т.М. Мельник, О.Г. Міхеєва, А.А. Попов, М. Мальський, Р. Москалик, так і зарубіжні, зокрема Л. Доусон та Джон П. Коттер.

В своїй статті «Формування стратегії міжнародної діяльності підприємства» Турчак В.В. розглядає підхід до стратегічного планування міжнародної діяльності, визначив складові стратегії та виділив конкретні процеси міжнародної діяльності підприємств [29].

О. І.Чайкова, А.І. Кріштальова, Т.П. Кононенко в статті «Формування стратегії розвитку ЗЕД підприємства молочної галузі» визначили порокові дії

підприємства для формування стратегії міжнародної діяльності та провели загальний аналіз ринку молочної галузі [30].

Мета та завдання. Метою написання випускної кваліфікаційної роботи є теоретичні та практичні підходи до формування стратегії міжнародної діяльності підприємства, її вибору, аналіз фінансового стану АТ «Молочний альянс», пошук можливих шляхів виходу компанії на нові зовнішні ринки та оцінка стану конкурентоспроможності аналізованої компанії. Для досягнення поставленої мети визначені такі завдання як вивчення теоретичних засад вибору стратегій міжнародної діяльності підприємств, аналіз фінансового стану аналізованої компанії, дослідження актуальних даних про стан ринку країн Європейського Союзу та пошук стратегій для виходу АТ «Молочний альянс» на нові іноземні ринки.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процес формування стратегії міжнародної діяльності компанії задля виходу на нові ринки. Предметом дослідження є теоретичні засади та практичний інструментарій формування стратегії міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс» та його функціонування.

Методи дослідження. Для написання випускної кваліфікаційної роботи було використано такі методи дослідження як аналіз (проводився аналіз діяльності обраного підприємства, аналіз фінансових результатів його діяльності, аналіз потенційних приймаючих країн), розрахунок (було розраховано показники фінансових результатів діяльності та агрегований показник стану бізнес-середовища країни) та гіпотетичний метод (розроблялись поради та прогнози щодо подальшої діяльності компанії).

Науково-практична новизна отриманих результатів. Запропоновано можливі варіанти вибору стратегії міжнародної діяльності компанії, відповідно до галузі функціонування. З урахуванням запропонованих варіантів здійснено оцінку потенціалу міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс» та обґрунтовано необхідність вдосконалення її діяльності на зовнішніх ринках.

Апробація результатів дослідження. Окремі аспекти випускної кваліфікаційної роботи та одержані узагальнення і висновки були оприлюднені у статті «Стратегія міжнародної діяльності підприємств молочної галузі», що була опублікована в збірнику наукових статей студентів денної та заочної форми навчання «Міжнародна діяльність бізнесу» (КНТЕУ, 2020).

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Дана робота складається з трьох розділів, висновків та пропозицій та додатків. Кожен розділ включає в себе по два параграфи.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Теоретично-методологічні підходи до формування стратегії міжнародної діяльності підприємства

Для нормального функціонування в умовах світового ринку підприємствам необхідно правильно обрати стратегію. У зв'язку з цим необхідно дослідити внутрішніх та зовнішніх конкурентів, вивчити їх методи діяльності, дослідити тенденції розвитку підприємств обраної галузі і, підсумовуючи всі дані, створити власний вектор розвитку міжнародної діяльності.

Проблеми управління міжнародною діяльністю досліджували багато науковців. Серед них Л. Антонюк, І. Волкова, О. Калініна, Ю. Орловська, О. Варламова, О. Вівчар, С. Маталка та інші. Щодо проблем зовнішньоторговельної діяльності підприємств торгівлі, то їх висвітлюють як вітчизняні науковці Т.М. Мельник, О.Г. Міхеєва, А.А. Попов, М. Мальський, Р. Москалик, так і зарубіжні, зокрема Л. Доусон та Джон П. Коттер.

Обґрунтовано обрана у відповідності зі сформованими умовами зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства й ефективно реалізована стосовно інших підприємств-конкурентів стратегія дозволяє підприємству за допомогою сформованого конкурентного потенціалу завоювати відповідну конкурентну позицію в конкурентному середовищі.

Міжнародна діяльність підприємства – це діяльність, пов'язана з експортом та/або імпортом товарів та послуг, виходом на нові ринки, співпраці з іноземними підприємствами в різних сферах ведення бізнесу.

Стратегія міжнародної діяльності підприємства є однією зі складових загальної стратегії підприємства і являє собою план розвитку підприємства стосовно діяльності пов'язаної з виходом на зовнішній ринок, завоюванням бажаної частки ринку, розширення та підтримання своїх позицій. А також – це комплекс управлінських рішень, які звужують всю множину можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з

точки зору довгострокових цілей сформульованих у загальній стратегії. При формуванні такого комплексу рішень мають враховуватися можливі дії та протидії інших учасників ринкових відносин

Підприємства обирають стратегію міжнародної діяльності з багатьох причин. Згідно з думкою відомого американського теоретика менеджменту Джона П. Коттера можна виділити дві основні групи факторів, що визначають привабливість міжнародного варіанту розвитку підприємств:

1. Фактори виштовхування, джерелом яких є малі можливості розвитку підприємств на внутрішньому ринку (наприклад, законодавчі обмеження, висока ціна на сировину або її недостатність, низькі ціни на готову продукцію тощо)
2. Фактори втягування, які, обернено до попередньої групи, означають забезпечення кращих умов існування та розвитку підприємств за кордоном.

Відповідно до реакції уряду держави на експортно-імпортні операції, виокремлюють такі типи стратегій міжнародної діяльності:

- стратегія ізоляції (полягає в закритті власного ринку від іноземних виробників, з економічної точки зору є невдалою);
- стратегія протекціонізму (полягає в захисті національного виробника від іноземних конкурентів, тобто вводяться певні обмеження);
- стратегія вільної торгівлі (полягає у мінімізації обмежень у сфері зовнішньої торгівлі);
- стратегія поповнення дефіцитного ринку (протекціонізм навпаки) (полягає у створенні сприятливих умов для функціонування іноземних підприємств на внутрішньому ринку) [24 с.62-64].

Окрім наведеної вище, існує ще безліч класифікацій і типів стратегій міжнародної діяльності підприємств.

Для українських підприємств можна виділити два типи стратегій, які відрізняються між собою за цілями та методами реалізації. Перша – це отримання максимального прибутку. Друга – стабільне зростання бізнесу в у конкретному визначеному напрямі.

В загальному ж, стратегія міжнародної діяльності передбачає таку класифікацію:

- стратегія імпорту (визначення джерел забезпечення);
- стратегія розміщення міжнародного виробництва;
- стратегія експорту (збуту) [11].

Стратегія імпорту передбачає, що підприємство повинно максимально використати ресурси для виробництва на внутрішньому ринку, а вже потім переорієнтовуватись на світовий ринок.

Перевагами використання ресурсів внутрішнього ринку можна вважати оплату лише національною валютою (немає втрат від конвертації), відсутність митних формальностей, досить низькі транспортні витрати тощо.

Проте, якщо підприємство захоче підвищити якість товару, то якість національних ресурсів не завжди є такою, що дозволить вийти на новий рівень. В такому випадку розглядається можливість і доцільність розробки стратегії імпорту.

Факторами, що впливають на розробку даної стратегії є:

- рівень цін на сировину та матеріали;
- якість сировини та матеріалів;
- доступність обраної сировини в певній країні;
- безперервність доставки сировини та матеріалів;
- наявність сучасних технологій
- якість обслуговування.

Існує певний ряд недоліків залучення імпортової сировини, такі як митні витрати, розрахунки у валюті, складність експедиторського супроводу сировини, можливості виникнення політичних та соціальних проблем, довший час доставки сировини та матеріалів, складність повернення сировини у разі виявлення браку тощо.

Стратегія розміщення міжнародного виробництва передбачає створення і функціонування суб'єктів господарювання в межах кордону країни місцезнаходження основного підприємства та поза її межами.

Основою даної стратегії є визначення оптимального варіанту розміщення виробництв у межах світового ринку. Для цього підприємству необхідно враховувати такі фактори, що визначають розвиток міжнародного виробництва:

- спеціалізація виробництва в певній країні;
- місцезнаходження ринків сировини та ринків збуту;
- репутація країни в якій планується розмістити виробництво;
- насиченість ринку запропонованими товарами;
- вартість перевезення сировини та готової продукції;
- митні умови;
- оцінка ризиків, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Розміщення міжнародного виробництва може здійснюватися в таких формах:

- одиничне підприємство;
- створення декількох підприємств;
- створення підприємств, які орієнтуються на ринки, що використовують дану продукцію як сировину;
- створення підприємств за принципом виробничої взаємодії, тобто їх спеціалізація.

Стратегія експорту передбачає визначення та реалізацію конкретних завдань щодо просування, реалізації та обслуговування власної продукції на ринках різних країн світу.

Основним завданням даної стратегії є отримання прибутку від реалізації на зовнішньому ринку, нарощування темпів продажу, збільшення обсягів виробництва, розширення ринків збуту, отримання нових партнерських зв'язків, можливість в майбутньому створити власне виробництво в певній країні, де попит на запропонований товар буде найбільшим.

Причинами для розробки стратегії експорту можуть бути:

- перенасиченість внутрішнього ринку запропонованими товарами;
- переорієнтація підприємства з одного ринку а інший;
- необхідність експорту сировини та матеріалів на власні виробництва за кордоном;

- необхідність експорту комплектуючих на підприємства, які займаються виробництвом готових виробів.

Українські підприємства використовують різноманітні стратегії і форми проникнення на ринки зарубіжних країн. Як показує практика, значна частина підприємств готова зупинитися на самому низькозатратному і безпечному варіанті – традиційному експорті. Лише деякі підприємства переключаються на глобальний маркетинг, коли маркетингова діяльність за кордоном охоплює не тільки збут, але і практично всі функціональні сфери діяльності підприємства: дослідження, розробки, логістику, персонал тощо [29].

Отже, як бачимо існує досить багато стратегій міжнародної діяльності і всі вони залежать від певних чинників і факторів. Проте підприємства майже ніколи не використовують одну стратегію, вони завжди використовують змішані.

1.2. Аналіз фінансово-господарської та міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс»

Дана робота проведена на базі приватного акціонерного товариства «Молочний альянс». Історія АТ «Молочний альянс» розпочалася у 2000 році з придбання низки виробничих підприємств, які в 2006 році було офіційно об'єднано в холдингову компанію з установчим капіталом близько 24 млн. грн. та балансом, що на 99,9% складається з довгострокових фінансових інвестицій. Сьогодні цей холдинг входить до десяти найбільших виробників молочної продукції в Україні і займає 11,19% всього внутрішнього ринку [19].

АТ «Молочний альянс» об'єднує групу компаній з виробництва сирів, цільномолочної та кисломолочної продукції, підприємства з переробки молока та молочної продукції, а також компаній, що здійснюють реалізацію продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Продукція випускається під брендами «Пирятин», «Славія», «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Хопси», «Златокрай» та «Молочний альянс».

Основу виробничої діяльності компанії формують п'ять виробничих підприємств: Яготинський маслозавод, філія «Яготинське для дітей», Пирятинський сирзавод, Золотоніський маслоробний комбінат, Баштанський сирзавод. Основними компаніями зі збуту продукції є ТОВ «Торговий дім «Еталон» та ТОВ «Еталонмолпродукт». Останній займається реалізацією продукції АТ «Молочний альянс» на міжнародний ринок [19].

Міжнародна діяльність АТ «Молочний альянс» формується за рахунок експорту продукції. Експортується дві основні групи товарів – це цільномолочна та білково-жирова продукція. До першої групи відносяться молоко, вершки, кефір, йогурти, кисломолочний сир, сирки дитячі, дитячі молочні каші «ready-to-eat», молоко для дітей, масло вершкове, ряжанка, сметана і т.д.. До другої групи належать сири, з яких видаляється молочний (тваринний) жир і замінюється на рослинний. Таким чином продукція довше зберігається і її можливо довше транспортувати та реалізовувати. Це зазвичай тверді сири та сир «Моцарела». Частка доходу від експорту продукції складає 25% від загального обсягу продажу.

Оскільки строк придатності цільномолочної продукції досить невеликий, то компанія постачає його до найближчих до України країн Європи. Це такі країни як Молдова, Литва, Польща (останні два роки контрактів з цією країною, на жаль, не було). Білково-жирова продукція постачається до Казахстану (найбільший партнер «Dairy Food», Казахстан, м. Нур-Султан), Азербайджан, Узбекистан, Пакистан, Іран. Також продукція АТ «Молочний альянс» постачається в такі країни як Данія (сир твердий скибочками та флоу-пак, плавлені сири), Нідерланди (сир твердий скибочками та флоу-пак, плавлені сири), ОАЕ (сир твердий скибочками та флоу-пак, плавлені сири, цільномолочна продукція), Індія (білково-жировий продукт «Моцарела»), Танзанія (білково-жировий продукт «Моцарела», вершкове масло), Китай (білково-жировий продукт «Моцарела»). До Східних країн компанія також постачає сухе молоко та демінералізовану сироватку в фасовану в мішках по 25 кг. Географічна структура експорту представлена на рис.1.1.

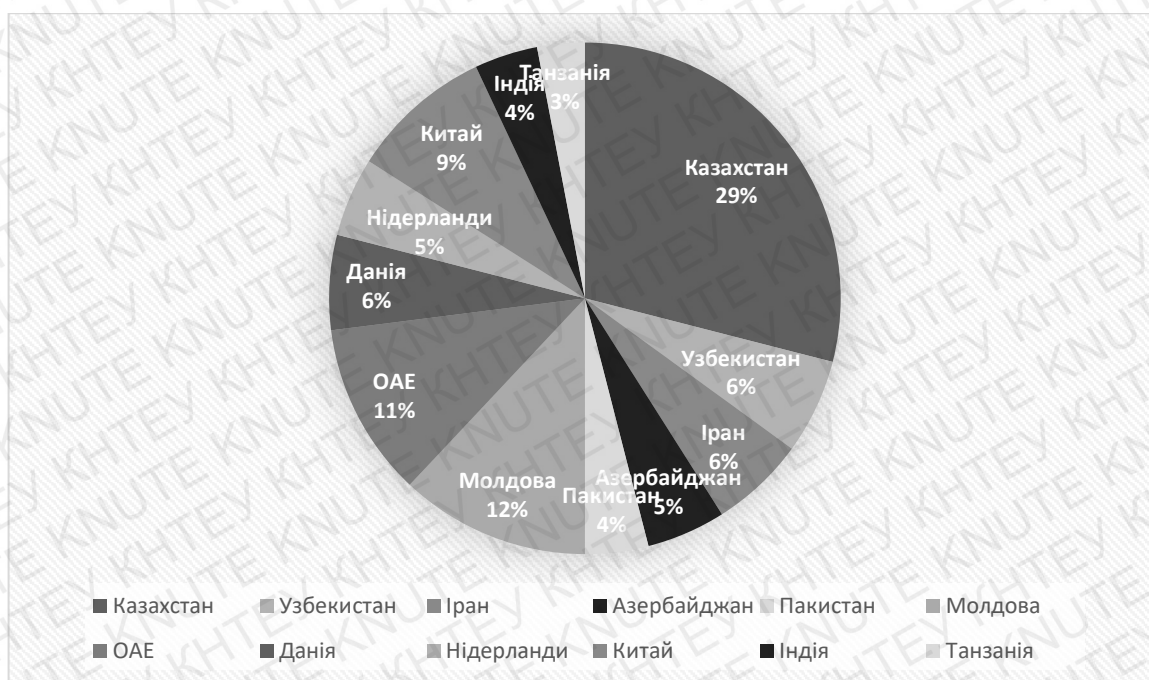


Рис. 1.1. Географічна структура експорту АТ «Молочний альянс» станом на 2019 рік, у відсотках

Джерело: розроблено автором на основі даних АТ «Молочний альянс» [19]

Вся продукція компанії має сертифікацію ISO 9001 для Європейського ринку та HALAL для ринку з мусульманським та ісламським віросповіданням.

Постачання товару здійснюється автотранспортом з напівпричепами-рефрижераторами на умовах Інкотермс-2010 FCA та CPT. Це дуже зручно для продавця, оскільки за цими умовами ризики для продавця мінімізуються.

Базис поставки Інкотермс 2010 FCA покладає на продавця обов'язки щодо завантаження товару на транспорт в місці відправлення та обов'язки по виконанню експортних митних процедур для вивезення товару з оплатою експортного мита та інших зборів, однак продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності для ввезення товару, сплачувати імпортерне мито або виконувати інші імпортерні митні процедури при ввезенні. Під словом «Перевізник» розуміється будь-яка особа, яка на підставі договору перевезення зобов'язується здійснити або забезпечити перевезення товару. Якщо покупець призначає іншу особу, ніж перевізник, прийняти товар, то продавець вважається виконав свої зобов'язання щодо поставки товару з моменту його передання такій особі [7].

Згідно базису поставки Інкотермс-2010 CPT покупець бере на себе всі ризики втрати або пошкодження товару, як і інші витрати після передачі товару продавцем

перевізнику, а не коли товар досягне місця призначення. Термін СРТ містить два критичних пункти, оскільки ризик і витрати переходять в двох різних місцях: ризик після завантаження товару в транспортний засіб, а витрати в місці призначення. Продавець зобов'язаний оплатити витрати і фрахт, необхідні для доставки товару у вказане місце призначення, виконати експортне митне оформлення для вивезення товару з оплатою експортного мита та інших зборів у країні відправлення, однак продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності для ввезення товару, сплачувати імпорتنе мито або виконувати інші імпортні митні процедури при ввезенні. Під словом «перевізник» розуміється будь-яка особа, яка на підставі договору перевезення бере на себе зобов'язання забезпечити самому або організувати перевезення товару. У разі здійснення перевезення в узгоджений пункт призначення декількома перевізниками, перехід ризику відбудеться в момент передачі товару першому з них [7].

Розрахунки за поставлений товар здійснюються в доларах США. До моменту оплати покупцеві згідно з його замовленням надсилається специфікація до попередньо укладеного договору із зазначенням всього замовленого асортименту товару, його кількості та ціни. Для підтвердження замовлення на даній специфікації має бути підпис директора компанії-покупця та печатка даної компанії. Для оплати покупцеві надсилається рахунок фактура, у якому зазначено весь замовлений асортименту товару, його кількість та ціни, а також всі банківські реквізити як покупця, так і продавця.

Щодо аналізу фінансової діяльності підприємства, він був здійснений за 2015-2019 роки на основі фінансової звітності компанії (див. Додаток А). Розрахунки здійснювались за п'ятьма основним групами показників – аналіз ліквідності підприємства, платоспроможності, ділової активності, рентабельності та майнового стану підприємства. Результати аналізу представлені в таб.1.1 (формули та розрахунки – див. Додаток Б).

Таблиця 1.1

Динаміка показників фінансового стану АТ «Молочний альянс» в 2015-2019 рр.

Показники фінансового стану підприємства	Оптиміальне значення або напрям оптимізації	Фактичне значення				
		2015	2016	2017	2018	2019
Аналіз фінансових результатів діяльності:						
Аналіз ліквідності підприємства						
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	>1	0,099	246,712	218,853	240,802	59,625
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	0,098	246,705	218,844	240,799	59,622
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,035	0,346	0,310	0,169	0,062
Чистий оборотний капітал, тис. грн	>0	-8667	350385	352268	408382	223068
Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства						
Коефіцієнт платоспроможності (автономії, фінансової стійкості)	>0,5	0,783	0,997	0,996	0,997	0,957
Коефіцієнт фінансування	<1	0,277	0,003	0,004	0,003	0,045
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	>0,1	-8,915	0,996	0,995	0,996	0,938
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0	36,619	1,250	1,245	1,211	1,385
Аналіз ділової активності						
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	0,070	0,014	0,011	0,017	0,017
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	6,399	0,020	0,013	0,020	0,023
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	0,362	0,779	21,312	41,898	0,450
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	зменшення	56,261	18297,884	27288,907	17568,866	15900,342
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	зменшення	993,109	462,277	16,892	8,592	50,239
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	387,125	384,444	371,680	781,400	846,824
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	збільшення	24,290	30,485	10,881	11,037	11,425
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	0,089	0,015	0,011	0,017	0,018
Аналіз рентабельності						
Коефіцієнт рентабельності активів	збільшення	0,002	1,669	0,002	0,851	0,333
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	збільшення	0,003	1,708	0,002	0,854	0,340
Коефіцієнт рентабельності діяльності	збільшення	0,034	117,075	0,152	51,207	19,133
Коефіцієнт рентабельності продукції	збільшення	4,208	3,745	5,089	9,325	5,141
Аналіз майнового стану підприємства						
Коефіцієнт зносу основних засобів	зменшення	0,793	0,794	0,476	0,542	0,643
Коефіцієнт оновлення основних засобів	збільшення	0,000	0,157	0,572	0,069	0,070
Коефіцієнт придатності основних засобів	> 0	0,207	0,206	0,524	0,458	0,357
Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства	> 0,3	0,002	0,000	0,002	0,001	0,002

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності АТ «Молочний альянс» (див. Додаток А)

Аналізуючи першу групу показників ліквідності підприємства, можна зробити такі висновки. Коефіцієнт загальної ліквідності характеризує здатність підприємства забезпечити короткострокові зобов'язання за рахунок оборотних активів [23]. Як бачимо з таб.1.1, даний показник для компанії у всіх випадках, крім 2015 року, є значно вище норми. Це означає, що компанія здатна самостійно обслуговувати свої короткострокові зобов'язання. Для потенційних кредиторів це є позитивною ознакою. Щодо 2015 року, то показник нижче норми, оскільки це пов'язано з військовим діями на Донбасі та втратою основного зовнішнього ринку збуту – Росії та анексією частини внутрішнього ринку збуту та розміщеного на цій території ще одного заводу компанії – АР Криму. Також в динаміці бачимо, що за останній аналізований рік показник значно знизився порівняно з попередніми роками (2017р. – 218,853, 2018р. – 240,802, 2019р. – 59,625), що було зумовлено значним збільшенням поточних зобов'язань компанії.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує рівень платоспроможності компанії щодо поточних зобов'язань за рахунок високоліквідних активів (грошові кошти, поточні фінансові інвестиції, дебіторська заборгованість і т.д.) [23]. Даний показник в своєму значенні майже ідентичний до попереднього, з мінімальною різницею, проте все ж залишається значно вище норми, окрім даних за 2015 рік. Обґрунтування різниці в динаміці змін залишається тим самим.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує частку поточних зобов'язань, які компанія може погасити негайно [13]. Найгірше значення цього коефіцієнта для 2015 року – 0,035, за незмінними причинами. Далі показник стабілізувався і був в межах норми. Проте в 2018 і 2019 роках він знову знизився. Це пов'язано зі збільшенням поточних зобов'язань. Для стабілізації даного коефіцієнта компанія може залучити позикові кошти, а також позбавитись від частини зайвих активів задля збільшення частини найбільш ліквідних активів.

Останнім показником даної групи є чистий оборотний капітал в тисячах гривень [26]. Цей показник є частиною оборотних активів, яка формується за рахунок власних коштів та довгострокових зобов'язань і означає, що компанія може не тільки погасити свої короткострокові зобов'язання, а і має резерви для

розширення власної діяльності. Як бачимо з розрахунків, найгірший показник (від'ємний) був в 2015 році – -8667 тис. грн.. В наступних аналізованих роках показник був додатнім, що означає стабільний стан компанії.

Наступна група аналізованих показників – це коефіцієнти платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства.

Коефіцієнт платоспроможності (автономії) показує частку коштів, вкладену у вартість майна власниками підприємства [23]. Для АТ «Молочний альянс» найнижче значення показника припадає на 2015 рік – 0,783, хоча показник залишається більшим за нормативне значення. Це пов'язано із військовими діями на Донбасі і втратою частини внутрішнього та зовнішнього ринку. Протягом 2016-2018 років показник платоспроможності залишався майже на одному рівні (0,996-0,997). В 2019 році коефіцієнт незначно знизився у зв'язку зі збільшенням довгострокових зобов'язань і став на рівні 0,957.

Коефіцієнт фінансування показує залежність компанії від позикових коштів. Нормативне значення показника – 1, але чим менше значення тим краще [1]. Це означає, що підприємство мінімізує позиковий капітал і йому вистачає власних коштів. З таб.1.1 бачимо, що показник для оцінюваної компанії протягом всього аналізованого періоду залишався значно нижче 1, що свідчить про платоспроможність компанії.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами використовується для оцінки здатності компанії фінансувати оборотний капітал за рахунок власних оборотних коштів, тобто здатності компанії функціонувати навіть без зовнішніх джерел фінансування [13]. Як видно з розрахунків починаючи з 2018 року показник залишався стабільним зі значенням більше 0,9. Критично низьке значення він мав в 2015 році і сягнув значення -8,915.

Для визначення ступеня мобільності власного капіталу розраховують коефіцієнт маневреності власного капіталу. Тобто він показує яка частина власного капіталу знаходиться в обороті [13]. Для АТ «Молочний альянс» даний коефіцієнт протягом всього аналізованого періоду залишався додатнім, що вказує на достатність власних коштів для нормального функціонування компанії.

Наступною і найбільшою групою показників є показники ділової активності.

Першим з даної групи є коефіцієнт оборотності активів [26]. Цей показник демонструє ефективність використання активів, тобто показує стільки грошових одиниць від реалізованої продукції принесла одна одиниця використаних активів. Як бачимо з таб.1.1, показник залишався досить високим протягом аналізованого періоду – в межах 0,9, окрім 2015 року (традиційно для АТ «Молочний альянс») – показник був на рівні 0,783.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості визначає скільки разів дебітори погасили свої борги перед компанією, тобто управління заборгованістю клієнтів компанії [23]. Для аналізованої компанії показник був досить нестабільним. 2015 року він був на рівні 6,399, а вже наступного року значно знизився і сягнув значення 0,020. Це означає, що дебіторська заборгованість зробила близько в шість разів менше оборотів. Далі коефіцієнт знову впав на 0,007, що не є на стільки критичним як в попередній період. Проте в 2018 році показник стабілізувався знову до 0,020, а в 2019 році зріс ще на 0,003 пункти.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості демонструє кількість оборотів кредиторської заборгованості за рік. Зростання коефіцієнта означає збільшення швидкості оплати заборгованості підприємства, зниження – ріст покупок у кредит [13]. Як видно з розрахунків, для даної компанії показник збільшувався, від 0,362 в 2015 році до 41,898 в 2018 році. Проте станом на 2019 рік показник знову різко знизився до значення 0,45, що означає залучення кредитних коштів компанією.

Строк погашення дебіторської заборгованості показує середній період погашення заборгованості. Нормативного значення не має, проте чим нижчий показник, тим кращий фінансовий стан у компанії [26]. Для АТ «Молочний альянс» строк погашення дебіторської заборгованості був досить різним в різні роки. Так, наприклад, в 2015 році строк погашення складав 56 днів, то вже в наступному 2016 році він значно виріс – 18298 днів. 2017 року строк погашення дебіторської заборгованості знову зріс і складав 27289 днів. 2018 року цей показник знизився до

17569 днів. І в 2019 році становив 15900 днів. Показники невтішні і означають, що розрахунки по боргам від клієнтів очікуються надзвичайно довго.

Щодо строків погашення кредиторської заборгованості, то вони також показують середній період погашення заборгованості, але зі сторони компанії. Нормативного значення не має, проте чим нижчий показник, тим більш компанія платоспроможна [26]. Тут значення також значно різнились у різні роки. Так, 2015 року показник був у значенні 993 дні на погашення кредиторської заборгованості у зв'язку зі втратою частини ринку та досить малих продажів. 2016 року він знизився до 462 днів. А от 2017 року показник впав аж до 17 днів. 2018 рік – 9 днів. І станом на 2019 рік строк погашення кредиторської заборгованості становив 50 днів, оскільки підприємство залучило більш позичкових коштів.

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів визначає швидкість реалізації матеріальних запасів компанії. Якщо даний показник знижується, то це свідчить про накопичення запасів або про зниження попиту на продукцію. Якщо ж показник зростає, то фінансова стабільність компанії є вищою і зростає виробничий потенціал [23]. Як бачимо з розрахунків в період з 2015 по 2017 роки показник знижувався проте не критично. Але починаючи з 2018 року він зростав (781,4 в 2018 році, 846,824 в 2019 році), що свідчить про стабільну роботу компанії на підвищення власного потенціалу.

Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача) відображає ефективність використання основних засобів. Нормативного значення немає, проте бажаним є підвищення даного показника [23]. В аналізованій компанії показник зростає, проте є певні нюанси. Як бачимо з таб.1.1, протягом 2015-2016 років відбувалось підвищення. А вже в 2017 році показник значно знизився на 20 пунктів. Це пов'язано з оновленням ліній на деяких заводах корпорації (Баштанський сирзавод, Золотоніський маслоробний комбінат). Проте в наступні роки спостерігається хоч і не значне, але зростання (від 10,881 в 2017 році до 11,425 в 2019 році).

Коефіцієнт оборотності власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу. Як і в попередньому випадку, бажаним є

зростання показника [23]. В досліджуваній компанії станом на 2015 рік було виготовлено товарів на суму 0,089 грн на кожну гривню власного капіталу. В 2016 році показник знизився на 0,074 пункти. Зниження значення також спостерігається в 2017 році (0,011). В подальші роки йде зростання (0,017 в 2018 році, 0,018 в 2019 році). Показники такі низькі, оскільки до холдингу входять досить багато підприємств і всі вони потребують вкладення коштів.

Ще однією важливою складовою аналізу фінансового стану підприємства виступає аналіз рентабельності.

Коефіцієнт рентабельності активів показує рівень прибутковості компанії за рахунок активів. Чим вищий показник, тим більше прибутків отримує суб'єкт господарювання [27]. Для АТ «Молочний альянс» найвищим показник був у 2016 році – 1,669. Тобто на кожну гривню активів компанія отримала 1,669 грн прибутку. В 2015 та 2017 роках показник був дуже низький і на одному рівні – 0,002. Станом на 2018 рік показник зріс до 0,851, а в 2019 році знову знизився до 0,333. Це пов'язано зі збільшенням дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу характеризує ефективність використання власного капіталу, вкладеного в компанію. Тобто він показує який прибуток отримує підприємство на кожну гривню вкладеного власного капіталу. Цей показник найбільш цікавий для акціонерів та майбутніх інвесторів [27]. На жаль, для АТ «Молочний альянс» цей показник не є стабільним за аналізований період. Найбільшого значення він набув у 2016 та 2018 роках – 1,708 та 0,854 відповідно. В 2015 та 2017 роках показник набув критично низького значення – 0,003 та 0,002 відповідно. Це означає, що в ці роки підприємство було не привабливим для інвесторів і було в зоні ризику дійти до точки беззбитковості, не приносячи прибутку. В 2019 році показник став на рівні 0,340.

Коефіцієнт рентабельності діяльності свідчить про ефективність діяльності компанії. Зростання показника означає ефективну господарську діяльність, зниження навпаки [27]. Як бачимо з розрахунків показник знову є нестабільним. Найгірші дані за 2015 (0,34) та 2017 роки (0,152). Це, знову ж таки, свідчить про

інвестиційну непривабливість компанії. Найкращим є показник для 2016 року – 117,075. Станом на 2019 рік показник сягнув значення у 19,133 пункти.

Коефіцієнт рентабельності продукції використовують для контролю над взаємозв'язком між цінами, кількістю товару, що реалізується, витратами виробництва і реалізацією продукції [27]. Як і всі вищезазначені показники рентабельності, даний коефіцієнт для аналізованої компанії також є нестабільним. Він то зростає, то знижувався. Найвищим значення було у 2018 році – 9,325.

І останньою групою показників є показники майнового стану підприємства.

Коефіцієнт зносу основних засобів показує на скільки профінансована заміна основних засобів по міні зносу [26]. Протягом 2015-2016 років показник на АТ «Молочний альянс» був стабільним і залишався в межах 0,79. В 2017 році показник знизився, що свідчить про оновлення ліній на двох заводах компанії. Проте в наступні роки показник знову почав зростати приблизно на 0,1 кожного наступного року. Це свідчить про погіршення матеріально-технічної бази на підприємствах.

Коефіцієнт оновлення основних засобів характеризує частку нових введених основних засобів у загальній вартості основних засобів [26]. Як зазначалось раніше, в 2017 році відбулось оновлення виробничих ліній, відповідно даний показник цього року найвищий – 0,572. У 2015 році нових основних засобів взагалі не було, тому коефіцієнт дорівнює 0. За останні два роки з аналізованого періоду показник був приблизно на одному рівні і не зростає (0,069 в 2018 році і 0,070 в 2019 році), що свідчить про мінімальне оновлення матеріально-технічної бази.

Коефіцієнт придатності основних засобів показує яка частина основних засобів є придатною для подальшої експлуатації [26]. Найвищим показник є для 2017 року, традиційно для ситуації в аналізованій компанії, і становить 0,524. Найнижчі показники були у 2015-2016 роках на рівні 0,2. Два останні роки показник знизився, проте протягом всього аналізованого періоду він залишався більше нуля, що є нормою.

Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства показує питому вагу залишкової вартості основних засобів у загальній вартості майна компанії [26]. Цей показник для аналізованої компанії є досить низьким

проте стабільним. Це означає, що виробничий потенціал компанії не зростає. Необхідно оновити решту ліній на інших заводах, вдосконалити виробництво та залучити інвестиції для реорганізації виробництва.

Висновки до розділу 1

Отже, як бачимо існує досить багато стратегій міжнародної діяльності і всі вони залежать від певних чинників і факторів.

Основними видами стратегій є:

- стратегія ізоляції;
- стратегія протекціонізму;
- стратегія вільної торгівлі;
- стратегія поповнення дефіцитного ринку (протекціонізм навпаки);
- стратегія імпорту;
- стратегія розміщення міжнародного виробництва;
- стратегія експорту.

Проте підприємства майже ніколи не використовують одну стратегію, вони завжди використовують змішані.

Якщо розглядати аналізовану компанію, то АТ «Молочний альянс» – це група компаній з виробництва сирів, цільномолочної та кисломолочної продукції, підприємств з переробки молока та молочної продукції, а також компаній, що здійснюють реалізацію продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Продукція випускається під брендами «Пирятин», «Славія», «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Хопси», «Златокрай» та «Молочний альянс».

Переходячи до фінансового аналізу, який було здійснено за 2015-2019 роки, можна зробити висновки, що найгіршим роком за всіма показниками став 2015. До 2014 року головним економічним партнером компанії була Росія. Проте з початком воєнних дій на Сході України та анексією Криму, АТ «Молочний альянс» припинив співпрацю, тим самим втративши майже половину від свого зовнішнього

ринку збуту. Виробництво скоротилось, а відповідно скоротився і прибуток. За 2015 рік коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами був критично низьким з від'ємним значенням – -8,92.

Також показники фінансового стану підприємства, хоч і були в межах норми, проте, порівнюючи з попереднім та подальшими роками, знизились в 2017 році. В цей період відбулось оновлення виробничих ліній на двох заводах – Баштанському сирзаводі та Золотоніському маслоробному комбінаті. Було замінено старі лінії та встановлено додаткові задля забезпечення безперервного процесу виробництва у разі несправності ліній на інших заводах компанії.

В подальші роки ситуація в компанії стабілізувалась. Ще з 2015 року було заключено контракт з компанією «DairyFood» (м.Нур-Султан, Казахстан), яка стала найбільшим імпортером продукції АТ «Молочний альянс». Також в 2016 році почалась співпраця з Молдовою та відбувся вихід на ринки Нідерландів та Данії. Продовжилась співпраця з Об'єднаними Арабськими Еміратами, Іраном, Узбекистаном та Китаєм.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ АТ «МОЛОЧНИЙ АЛЬЯНС»

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу АТ «Молочний альянс»

Для здійснення вибору оптимальної приймаючої країни для АТ «Молочний альянс» я обрала такі як Польща, Словаччина, Румунія та Нідерланди. Дана компанія раніше співпрацювала по декількох контрактах з Польщею і на даний час співпрацює з Нідерландами.

Інші дві країни є перспективними за рахунок нового ринку для компанії та потенційного відкриття заводів з виробництва, оскільки країни знаходяться ближче ніж Україна до європейських країн. Так як АТ «Молочний альянс» вже має сертифікацію ISO 9001 для своєї продукції, то збут буде простіше реалізувати.

Оцінимо дані країни за індексом глобальної конкурентоспроможності. За даними Світового економічного форуму 2017-2018 років Нідерланди займають 4 місце зі 137 країни з показником 5,7, Польща займає 39 місце з показником 4,6, Словаччина – 59 місце з показником 4,3 і Румунія – 68 місце з показником 4,3 [3].

Розглянемо детальніше кожну країну.

Нідерланди (4-е місце) підтримують свої позиції за рахунок потужної системи освіти та високого рівня технічної готовності серед бізнесу та приватних осіб (рис. 2.1).

За даними цього ж форуму найбільш проблемними факторами для ведення бізнесу в Нідерландах є обмежувальні трудові норми, податкові ставки та неефективна державна бюрократія. Рейтинг всіх факторів розміщено в Додатках (див. Додаток В) [3].



Рис. 2.1. Матриця сильних та слабких сторін Нідерландів за даними Світового економічного форуму 2017-2018 років

Джерело: розроблено автором на основі індексу глобальної конкурентоспроможності [3]

Щодо оцінки економічної свободи Нідерландів, вона становить 77,0, і займає 14 місце за рейтингом 2020 року (рис. 2.2). Порівнюючи з попереднім роком загальний бал збільшився на 0,2 через помірне збільшення прав власності та контролю за державними витратами. Нідерланди посідають 8 місце серед європейських країн, і загальний бал значно перевищує середні показники по регіонах та світу загалом [4].

ЗАГАЛЬНИЙ БАЛ 77.0		СВІТОВИЙ РЕЙТИНГ 14	
ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА		ДЕРЖАВНЕ ВТРУЧАННЯ	
Право власності	90.0 ▲	Податковий тягар	51.7 ▲
Ефективність судової діяльності	73.9 ▼	Державні витрати	45.2 ▲
Чесність уряду	90.1 ▲	Фіскальна політика	94.1 ▲
ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ		ВІДКРИТІСТЬ РИНКУ	
Свобода бізнесу	80.4 ▼	Свобода торгівлі	86.4 ▲
Свобода праці	60.2 ▼	Свобода інвестицій	90.0 —
Валютна свобода	82.5 ▼	Фінансова свобода	80.0 —

Рис. 2.2. Індекс економічної свободи Нідерландів станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі індексу економічної свободи [4]

Однією з найбільших перешкод на шляху підвищення показника економічної свободи в Нідерландах є занадто великі державні витрати, хоча урядові вдалося скоротити бюджетний дефіцит за останні роки.

Права приватної власності в Нідерландах надійно захищені, показник на рівні 90,0/100. Судова влада не залежить від політичного втручання та забезпечує неупереджене вирішення спорів. Антикорупційні закони є ефективними та сприяють доброчесності уряду. Нідерланди підписали основні міжнародні антикорупційні конвенції [4].

Податкова політика залишається досить високою. Ставка податку на доходи фізичних осіб становить 52%, а ставка податку на прибуток підприємств – 25%. Інші податки включають податки на додану вартість та екологічні податки, які також є досить високими. У 2019 році уряд запровадив «кліматичний податок» на авіаквитки та скасував авіаційні субсидії, продовжуючи субсидувати відновлювані джерела енергії, такі як сонячна енергія. Загальний податковий тягар дорівнює 38,8% від загального внутрішнього доходу. Державні витрати за останні три роки склали 42,7% від ВВП, а профіцит бюджету в середньому становив 0,7% ВВП. Державний борг еквівалентний 54,4% ВВП.

Як зазначалось вище, трудові норми є одним з найбільш проблемних факторів для ведення бізнесу в Нідерландах. Ринок праці сильно регульований. Витрати на робочу силу є одними з найвищих в Європі – в 2018 році вони становили 35,9 євро на годину.

Ринок Нідерландів є відкритим. Загальна вартість експорту та імпорту товарів та послуг дорівнює 155,3% ВВП. Інвестиційне середовище сприятливе для динамічного зростання нових інвестицій та виробництва. Фінансовий сектор є добре розвиненим та конкурентоспроможним.

За даними Глобального звіту про сприяння торгівлі за 2016 рік, Нідерланди займають 2 місце з показником 5,7. Найбільш несприятливими факторами для здійснення імпорту для аналізованої країни є тарифи та нетарифні бар'єри, обтяжливі процедури імпорту та вітчизняні технічні вимоги та стандарти (вони не завжди відповідають стандартам ЄС та світу). Для експорту – визначення

потенційних ринків збуту та покупців, доступ до торгового фінансування, тарифні бар'єри за кордоном та обтяжливі процедури на іноземних кордонах [5].

В рейтингу Doing Business, який визначає індекс легкості ведення бізнесу, Нідерланди посідають 42 місце серед 190 країн, з показником 76,1. Рейтинг різних аспектів ведення бізнесу для визначеної країни представлено на рис. 2.3.

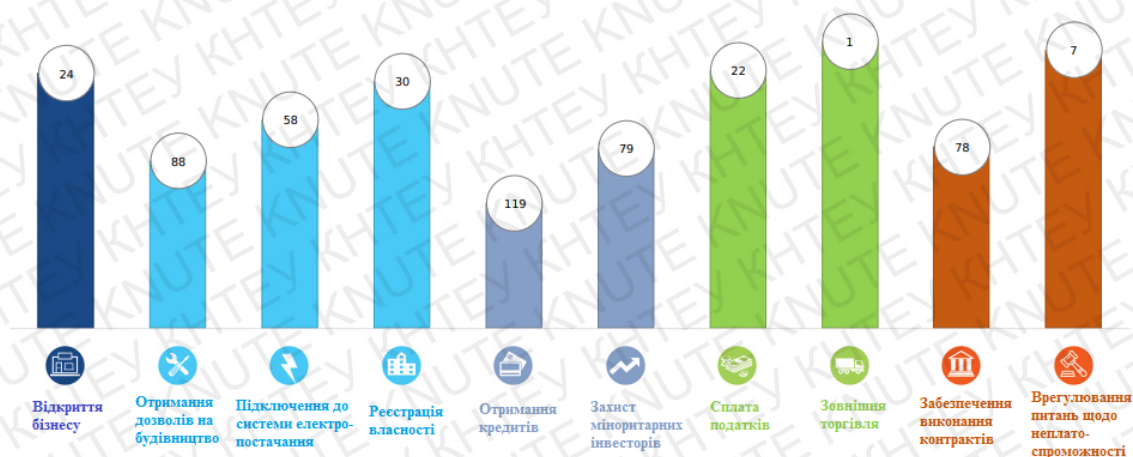


Рис. 2.3. Рейтинг Doing Business для Нідерландів станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі рейтингу Doing Business [6]

Як бачимо з рисунку, в країні досить відкрита економіка, вчасно сплачуються податки (хоч вони є високими). Досить легкою та швидкою є також процедура оформлення бізнесу та майна. В середньому це можна зробити за 3,5 дні. До прикладу, в Україні оформлення бізнесу триває вдвічі довше [6].

Отже, як бачимо. Нідерланди є високорозвиненою країною з відкритою економікою, низьким рівнем корупції та високим рівнем розвитку бізнесу.

Далі розглянемо Польщу. Вона займає 39 місце в рейтингу за індексом глобальної конкурентоспроможності та тримає свою позицію за рахунок високого рівня охорони здоров'я та початкової освіти, макроекономічної стабільності, розміру ринку та розвиненої інфраструктури (рис. 2.4) [3].

Також в звіті Світового економічного форуму 2017-2018 років вказані найбільш проблемні фактори ведення бізнесу для Польщі. До них відносяться податкові норми, податкові ставки, обмежувальні трудові норми та нестабільність політики (див. Додаток В) [3].



Рис. 2.4. Матриця сильних та слабких сторін Польщі за даними Світового економічного форуму 2017-2018 років

Джерело: розроблено автором на основі індексу глобальної конкурентоспроможності [3]

За індексом економічної свободи Польща займає 46 місце з показником 69,1 (рис. 2.5). Порівнюючи з попереднім роком, загальний бал збільшився на 1,3, головним чином через нижчий рівень корумпованості уряду [4].

ЗАГАЛЬНИЙ БАЛ 69.1		СВІТОВИЙ РЕЙТИНГ 46	
ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА		ДЕРЖАВНЕ ВТРУЧАННЯ	
Право власності	63.1 ▲	Податковий тягар	74.7 ▼
Ефективність судової діяльності	42.8 ▼	Державні витрати	48.8 —
Чесність уряду	64.6 ▲	Фіскальна політика	92.2 ▲
ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ		ВІДКРИТІСТЬ РИНКУ	
Свобода бізнесу	62.6 ▼	Свобода торгівлі	86.4 ▲
Свобода праці	62.0 ▼	Свобода інвестицій	80.0 —
Валютна свобода	82.0 ▼	Фінансова свобода	70.0 —

Рис. 2.5. Індекс економічної свободи Польщі станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі індексу економічної свободи [4]

В Польщі діє надійна та швидка система реєстрації майна. Ключовою проблемою судочинства є те, що нещодавно виконавчій владі було надано право на відсторонення до 40% суддів Верховного суду, а також міністру юстиції було надано повноваження дисциплінувати суддів самостійно. Заяви про корупцію

найчастіше трапляються у зв'язку з державними контрактами та видачою нормативних актів або дозволів.

В аналізованій країні досить не вигідна податкова політика. Ставка податку на доходи фізичних осіб становить 32%, а ставка податку на прибуток підприємств – 19%. Інші податки включають податки на додану вартість та майно. Загальний податковий тягар дорівнює 33,9% від ВВП. Державні витрати за останні три роки склали 41,% виробництва країни (ВВП), а дефіцит бюджету в середньому становив 1,4% ВВП. Державний борг еквівалентний 48,4% ВВП.

В Польщі зареєстровано і діє багато профспілок, які приймають участь в регулюванні трудових норм та мають право приймати участь в прийнятті податкової політики щодо підприємств. Проте зміни іноді відслідковуються без їх участі. Профспілки не завжди позитивно впливають на трудову політику та діяльність. Так, правила, які підтримують потужні профспілки, змушують роботодавців використовувати більше тимчасових працівників та контрактників, яких вони можуть легше звільнити. Наприкінці 2018 року уряд отримав відмову від нових регламентів ринку електроенергії ЄС, щоб дозволити державні субсидії вугільним електростанціям після 2025 року [4].

Загальна вартість експорту та імпорту товарів та послуг дорівнює 107,2% ВВП. Як правило, до іноземних та вітчизняних інвесторів ставляться однаково. Фінансовий сектор складається в основному з приватних банків, а ринки капіталу розширюються.

За даними Глобального звіту про сприяння торгівлі за 2016 рік, Польща посідає 31 місце з показником 5,0. Найбільш несприятливими факторами для здійснення імпорту для аналізованої країни є обтяжливі процедури імпорту, тарифи та нетарифні бар'єри, внутрішні технічні вимоги та стандарти (вони не завжди відповідають стандартам ЄС та світу) та висока вартість або затримки, викликані міжнародними перевезеннями. Для експорту – визначення потенційних ринків збуту та покупців, технічних вимог та стандартів за кордоном, труднощів із задоволенням вимог покупців щодо якості/кількості, вимоги правил походження за кордоном, доступ до торгового фінансування [5].

За індексом легкості ведення бізнесу Польща займає 40 місце з показником 76,4. Рейтинг досліджуваної країни подано на рис. 2.6.



Рис. 2.6. Рейтинг Doing Business для Польщі станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі рейтингу Doing Business [6]

Як бачимо з графіку, економіка Польщі відкрита, досить легко можна отримати дозвіл на будівництво та отримати кредит на відкриття власної справи. Проте податковий клімат не є занадто орієнтованим на ведення бізнесу так само як і процедура його оформлення – це займає в середньому аж 37 днів та необхідно буде сплатити за оформлення бізнесу 11,6% від доходу на душу населення. Реєстрація власності в Польщі також є досить складною процедурою. Необхідно надати великий обсяг документів на власність та підтвердити чесність коштів на купівлю [6].

Наступна аналізована країна – Словаччина. За індексом глобальної конкурентоспроможності країна посідає 59 місце. Тримає рейтинг вона за рахунок рівня охорони здоров'я та початкової освіти, макроекономічної стабільності та досить високого рівня технологічного розвитку (рис. 2.7) [3].

Найбільш проблемними факторами для ведення бізнесу за даними Світового економічного форуму 2017-2018 років в Словаччині є корупція, неефективна державна політика та несприятливий податковий клімат (див. Додаток В).

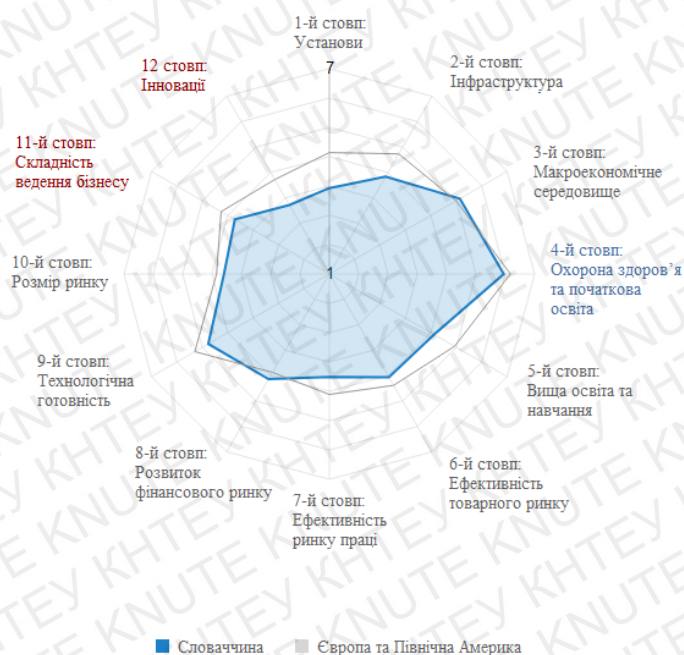


Рис. 2.7. Матриця сильних та слабких сторін Словаччини за даними Світового економічного форуму 2017-2018 років

Джерело: розроблено автором на основі індексу глобальної конкурентоспроможності [3]

Щодо оцінки економічної свободи Словаччини, то індекс становить 66,8, що дозволяє країні посісти 60-те місце за даними 2020 року. Її загальний бал збільшився на 1,8 завдяки покращенню оцінки доброчесності уряду (рис. 2.8) [4].

ЗАГАЛЬНИЙ БАЛ 66.8		СВІТОВИЙ РЕЙТИНГ 60	
ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА		ДЕРЖАВНЕ ВТРУЧАННЯ	
Право власності	73.1 ▲	Податковий тягар	78.5 ▼
Ефективність судової діяльності	41.7 ▲	Державні витрати	50.2 ▲
Чесність уряду	49.7 ▲	Фіскальна політика	92.6 ▲
ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ		ВІДКРИТІСТЬ РИНКУ	
Свобода бізнесу	55.3 ▼	Свобода торгівлі	86.4 ▲
Свобода праці	52.6 ▼	Свобода інвестицій	75.0 —
Валютна свобода	75.9 ▼	Фінансова свобода	70.0 —

Рис. 2.8. Індекс економічної свободи Словаччини станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі індексу економічної свободи [4]

Пріоритетами уряду є боротьба з корупцією та покращення якості державного сектору, але зусилля в перші роки його повноважень були обмеженими. Парламент затвердив бюджет на 2020-2022 роки, який передбачає дефіцит у 0,5% ВВП у 2020 році, що покращить показник державних витрат, але більшість спостерігачів вважають, що дефіцит буде вищим.

Майнові права в Словаччині захищені на високому рівні, договірні зобов'язання виконуються та забезпечуються в повному обсязі. Незважаючи на закони, які гарантують незалежність судової системи, вона є дуже корумпованою та піддається впливу з боку влади. Корупція є давньою проблемою, і лише кілька гучних справ призвели до винесення обвинувальних вироків [4].

Ставка податку на доходи фізичних осіб становить 25%, а ставка податку на прибуток підприємств – 21%. Інші податки включають податки на додану вартість та майно. Загальний податковий тягар дорівнює 32,9% від загального внутрішнього доходу. Державні витрати за останні три роки склали 40,8% ВВП, а дефіцит бюджету в середньому становив 1,3% ВВП. Державний борг еквівалентний 48,8 % ВВП.

Державне управління в Словаччині слабе, і бізнес іноді стикається з проблемами, спричиненими неефективною судовою системою та високим рівнем корупції. Працівники в країні досить вмотивовані та продуктивні, але існує невідповідність навичок, що частково пов'язано з неадекватною системою середньої та вищої освіти. В 2019 році відбувся протест фермерів проти нерівності в розподілі сільськогосподарських субсидій ЄС у країні.

Загальна вартість експорту та імпорту товарів та послуг дорівнює 192,3% ВВП. Повна іноземна власність дозволена в більшості секторів. Фінансовий сектор зазнав значної лібералізації, а банківський сектор залишається відносно стабільним.

За даними Глобального звіту про сприяння торгівлі за 2016 рік, Словаччина займає 34 позицію з показником 4,9. Найбільш несприятливими факторами для здійснення імпорту для аналізованої країни є обтяжливі процедури імпорту, вітчизняні технічні вимоги та стандарти (вони не завжди відповідають стандартам ЄС та світу), висока вартість або затримки, спричинені міжнародними перевезеннями. Для експорту – визначення потенційних ринків збуту та покупців, технічні вимоги та стандарти за кордоном, доступ до торгового фінансування та труднощі із задоволенням вимог покупців щодо якості / кількості [5].

За індексом легкості ведення бізнесу Словаччина займає 40 місце з показником 76,4. Рейтинг досліджуваної країни подано на рис. 2.9.



Рис. 2.9. Рейтинг Doing Business для Словаччини станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі рейтингу Doing Business [6]

Як бачимо з графіку, економіка Словаччини відкрита, досить проста процедура реєстрації майна. Висока можливість отримання кредиту на бізнес. Проте процедура його оформлення триватиме в середньому 21,5 дні [6].

І остання з обраних країн – це Румунія. За індексом глобальної конкурентоспроможності вона займає 68 місце. Країна підтримує свої позиції завдяки високому рівню медицини та освіти, макроекономічній стабільності, ефективності ринку товарів, рівню технологічного розвитку та розміру ринку (рис. 2.10) [3].



Рис. 2.10. Матриця сильних та слабких сторін Румунії за даними Світового економічного форуму 2017-2018 років

Джерело: розроблено автором на основі індексу глобальної конкурентоспроможності [3]

Найбільш проблемними факторами для ведення бізнесу за даними Світового економічного форуму 2017-2018 років в Румунії є корупція, неефективна державна політика, несприятливий податковий клімат, обмежений доступ до фінансування та неадекватно освічена робоча сила (див. Додаток В) [3].

За індексом економічної свободи Румунія займає 38 місце з показником 69,7 (рис.2.11). Загальний бал збільшився на 1,1 завдяки вищому показнику доброчесності уряду.

ЗАГАЛЬНИЙ БАЛ 69.7		СВІТОВИЙ РЕЙТИНГ 38	
ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА		ДЕРЖАВНЕ ВТРУЧАННЯ	
Право власності	72.5 ▲	Податковий тягар	90.3 ▲
Ефективність судової діяльності	56.1 ▲	Державні витрати	70.4 ▲
Чесність уряду	55.1 ▲	Фіскальна політика	85.6 ▼
ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ		ВІДКРИТІСТЬ РИНКУ	
Свобода бізнесу	58.6 ▼	Свобода торгівлі	86.4 ▲
Свобода праці	63.0 ▼	Свобода інвестицій	70.0 —
Валютна свобода	78.1 ▼	Фінансова свобода	50.0 —

Рис. 2.11. Індекс економічної свободи Румунії станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі індексу економічної свободи [4]

Щоб Румунія зробила крок у бік збільшення економічної свободи, уряду доведеться «відремонтувати» найслабшу ланку в ланцюзі економічної свободи країни: низьку цілісність уряду та його неефективну боротьбу з корупцією [4].

Хоча право приватної власності гарантоване законом, захист цього права не є достатнім та перешкоджає інвестиціям. Непослідовність та відсутність передбачуваності судової практики та тлумачення законів в бік уряду залишаються основними проблемами. Проблемаю також залишається високий рівень корупції та зловживання владою.

Ставка податку на доходи фізичних осіб знижена до рівня 10%, ставка податку на прибуток підприємств – 16%. Інші податки включають податки на додану вартість та екологічні податки. Загальний податковий тягар дорівнює 24,7 % від загального внутрішнього доходу. Державні витрати за останні три роки склали 31,4% ВВП, а дефіцит бюджету в середньому становив 2,7% ВВП. Державний борг еквівалентний 36,6% ВВП [4].

Нестабільність законодавства, непередбачуване прийняття рішень та низька якість роботи державних установ створюють важкі умови для власників бізнесу. Участь робочої сили є однією з найнижчих в Європейському Союзі, а ринок праці жорстко регульований. Передача податків з заробітної плати з роботодавців працівникам у 2018 році збільшила адміністративні витрати. Уряд виступає проти кроку ЄС щодо зменшення фермерських субсидій і продовжує субсидувати енергетичний сектор.

Загальна вартість експорту та імпорту товарів та послуг дорівнює 86,5% ВВП. Незважаючи на певний прогрес, іноземні інвестиції знаходяться на низькому рівні через неефективність регулювання. Рівень фінансового посередництва залишається одним із найнижчих у регіоні.

За даними Глобального звіту про сприяння торгівлі за 2016 рік, Румунія займає 48 місце з показником 4,6. Найбільш несприятливими факторами для здійснення імпорту для аналізованої країни є висока вартість або затримки, викликані внутрішніми перевезеннями, обтяжливі процедури імпорту, а також тарифи та нетарифні бар'єри. Для експорту – визначення потенційних ринків збуту та покупців, низький доступ до торгового фінансування, висока вартість або затримки, викликані внутрішніми перевезеннями, доступ до імпортованих матеріалів за конкурентними цінами та невідповідна технологія виробництва та навички [5].

За індексом легкості ведення бізнесу Румунія займає 55 місце з показником 73,3. Рейтинг досліджуваної країни подано на рис. 2.12.

Аналізуючи графік можна зробити висновки, що економіка країни відкрита, забезпечення виконання контрактів знаходиться на високому рівні, також доволі легко можна отримати кредитне фінансування. Процедура оформлення бізнесу триває в середньому 20 днів [6].

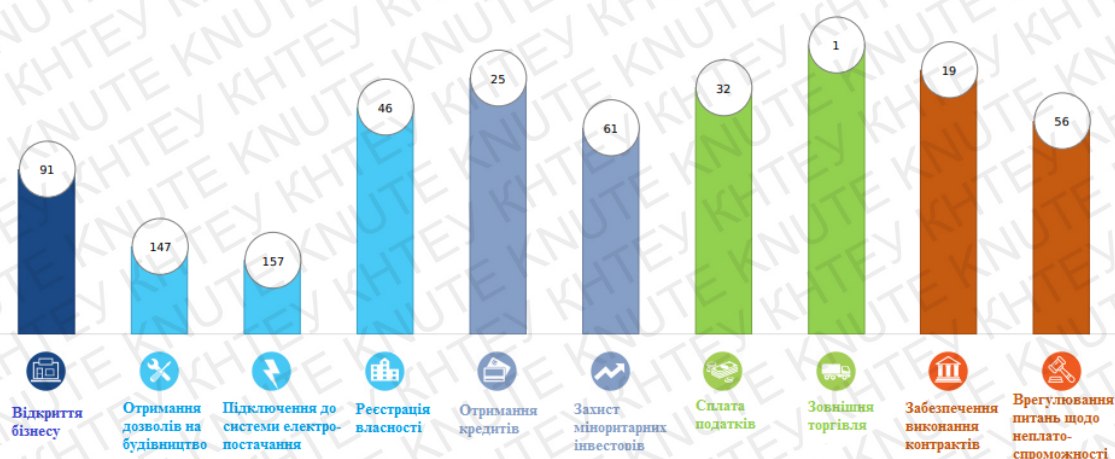


Рис. 2.12. Рейтинг Doing Business для Румунії станом на 2020 рік
Джерело: розроблено автором на основі рейтингу Doing Business [6]

Після аналізу країн за різними індексами, було розраховано агрегований показник стану бізнес-середовища країни. Результати подано таб.2.1 (структура агрегованого показника та його розрахунки див. Додаток Д).

Таблиця 2.1

Ранжування країн за агрегованим показником стану бізнес-середовища країни

№ п/п	Країна	Оцінка показника
1.	Нідерланди	5,44
2.	Польща	4,66
3.	Словаччина	4,52
4.	Румунія	4,49

Джерело: розроблено автором на основі розрахунку агрегованого показника стану бізнес-середовища країни (див. Додаток Д)

Отже, як бачимо з таблиці, за показником перше місце займають Нідерланди. Ця країна більш розвинена за інші, проте якщо порівнювати з аналізованими країнами, то партнерські зв'язки найбільше налагоджені з Польщею. Вона є четвертим найбільшим торговельним партнером України станом на 2020 рік [17].

Дані щодо структури зовнішньої торгівлі України за досліджуваними країнами представлено в таб.2.2 [15].

Таблиця 2.2

Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами у січні-серпні 2020 року

Країна	Експорт		Імпорт		Сальдо
	тис.дол. США	у % до січня-серпня 2019	тис.дол. США	у % до січня-серпня 2019	
Нідерланди	1166156,5	87,9	463828,2	94,0	702328,2
Польща	2009639,9	89,1	2479037,5	94,9	-469397,6
Словаччина	297737,0	55,7	465127,1	120,1	-167390,1
Румунія	667610,8	99,4	381490,4	94,6	286120,4

Джерело: розроблено автором на основі даних Державної служби статистики України [15].

Як бачимо, позитивне сальдо між експортом та імпортом мають лише дві країни – Нідерланди та Румунія. Проте, якщо розглядати їх в контексті можливих для експорту продукції, то до першої країни він є досить дорогим у зв'язку з транспортними витратами та високими стандартами. АТ «Молочний альянс» співпрацює з Нідерландами з 2015 року, але експортує лише фасовані сири. Експорт цільномолочної продукції є неактуальним, оскільки строки перевезення перевищують строки придатності продукції. Щодо Румунії, то тут співпраця з Україною налагоджена більше в сфері розвитку транспорту та туризму. Корумпованість державних структур та складність отримання ветеринарних дозволів також виступає одним з факторів відмови від підписання контрактів.

Щодо Словаччини, то співпраця тільки починає налагоджуватись. Наразі експорт та імпорт товарів є в металургійній, хімічній та машинобудівній сфері.

Отже, найоптимальнішим варіантом для вибору приймаючої країни є Польща.

2.2. Вибір приймаючої країни АТ «Молочний альянс» у контексті розробки стратегії міжнародної діяльності підприємства

На мій погляд оптимальною приймаючою країною є Польща. АТ «Молочний альянс» раніше співпрацював з цією країною, проте це були лише декілька невеликих контрактів в 2016-2017 роках.

Польща є 6-м за величиною виробником молочної продукції та має третє за величиною поголів'я молочних корів у Європейському Союзі. За даними Credit Agricole Bank, Польща найбільше виграла від скасування квот у 2015 році – вона мала найбільший приріст виробництва молока, на 4% за рік після скасування квот, а виробництво молока продовжує зростати і надалі [2].

Економічна ситуація на польському ринку молока та молочних продуктів значно покращилась у 2018 році. В цей рік ціни на цільне молоко та молочні продукти були відносно високими та навіть зросли порівняно з 2017 роком.

Оскільки прибутковість молочних ферм зросла, поголів'я великої рогатої худоби в Польщі значно збільшилось. У 2018 році в Польщі відбувся найбільший загальний приріст дійних корів у Європейському Союзі, з 61 000 (2,8%) в 2017 році, до 2 167 000 дійних корів на 2019 рік. Польща займає третє місце за величиною поголів'я дійних корів в Європейському Союзі, після Німеччини та Франції (10% корів від всіх в Європейському Союзі) [18].

Крім того, у Польщі спостерігається зростання зовнішньої торгівлі молочними продуктами .

Польща є нетто-експортером молочних продуктів. У 2018 році загальний експорт молочної продукції становив майже 3,0 млрд. дол. США, тоді як загальний імпорту склав близько 1,3 млрд. дол. США. Німеччина, Нідерланди, Чехія та Великобританія є основними експортними ринками польської молочної продукції в Європейському Союзі. Основними експортними ринками Польщі за межами Європейського Союзу є Алжир, Китай та Саудівська Аравія [2].

За перші вісім місяців 2019 року Польща експортувала цільне молоко переважно до Німеччини, Китаю, Великобританії та Литви, а також сир до Німеччини, Чехії та Італії. Основними напрямками експорту польського масла були Нідерланди, Німеччина та Чехія. Польща експортувала знежирене сухе молоко до Алжиру, Нідерландів, В'єтнаму та Болгарії. Цільне сухе молоко експортувалось переважно до Німеччини, Італії, Нідерландів та США. Показники торгівлі представлені на рис. 2.10.

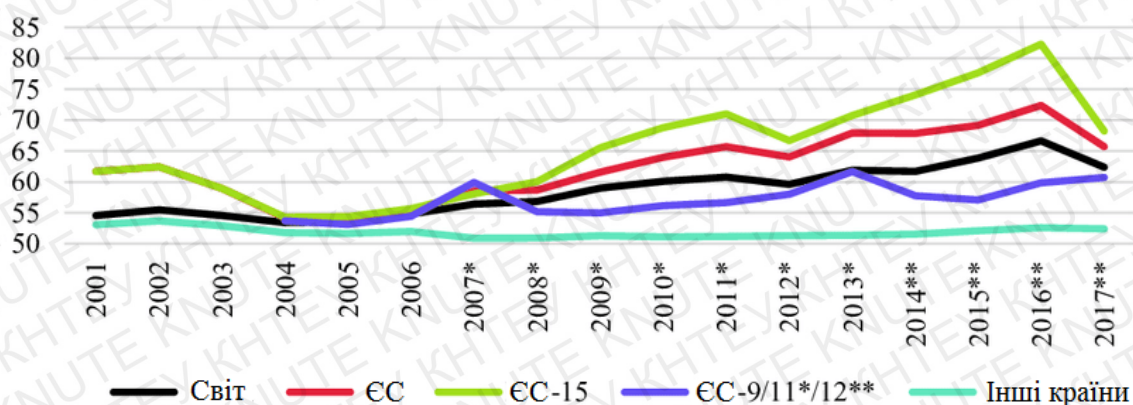


Рис. 2.10. Показники торгівлі Польщі молоком та молочною продукцією загалом, а також із країнами ЄС та поза ЄС у 2001-2017 рр., у гектолітрах
Джерело: розроблено автором на основі даних Торговельної мапи [21]

За цей же період вартість експорту молочної продукції склала 2,03 млрд. дол. США, що на 3% менше ніж за той самий період 2018 року. Це падіння відбулося внаслідок зменшення поставок вершкового масла до Нідерландів та зниження експорту знежиреного сухого молока до Алжиру.

Також за 2019 рік значно зріс експорт продукції до України. В нас представлені як звичайне молоко, так і безлактозне, сметана, кисломолочний сир, крем-сир та йогурти польського виробництва.

Сучасні молокопереробні компанії намагаються зосередитись на одній з головних тенденцій, яка полягає у забезпеченні своїх споживачів добре збалансованим харчуванням. Вони намагаються досягти цього шляхом екологічного виробництва.

Поінформованість польських споживачів про ГМО (генетично модифіковані організми) постійно зростає. Це призвело до рішення Польської молочної палати встановити стандарт, що дозволяє молочним заводам отримувати сертифікат, який підтверджує, що молоко виготовляється без інгредієнтів ГМО. Стандарт охоплює весь ланцюжок виробництва молочних продуктів – починаючи від виробництва кормів та харчування на фермі, до переробки молока та вибору екологічно свідомих виробників інгредієнтів та добавок, а також торгівлі молочними продуктами або кормами.

В Польщі станом на 2019 рік працювало 175 молокопереробних підприємств, на яких працевлаштовані понад 32 000 людей. Протягом перших дев'яти місяців 2019 року молокопереробний сектор мав високі ціни на молочні продукти на внутрішньому та зовнішньому ринках [2].

У 2017 році спостерігалася тенденція до зниження споживання молока. У 2018 році середнє споживання молочних продуктів на душу населення в еквіваленті молока становило 224 літри, що на 3% більше порівняно з попереднім роком. У 2019 році загальне споживання молочних продуктів збільшиться ще на 2% порівняно з 2018 роком за рахунок збільшення виробництва молока.

Тенденція до зниження споживання молочних продуктів та цільного молока спостерігалась і в 2019 році, оскільки споживання сиру замінило споживання цільномолочних продуктів. Було підраховано, що споживання вершкового масла в 2019 році залишилось на рівні 2018 року завдяки стабільним цінам та зменшенню експорту.

Польська молочна продукція виробляється з дотриманням принципів належної виробничої практики, а також систем стандартизації та якості, таких як ISO 9001: 2008, ISO 22000, BRC – Глобальні стандарти, IFS – Міжнародний харчовий стандарт.

Отже, як бачимо польський ринок насичений власною молочною продукцією. Кількість поголів'я корів хоч і зменшилось за останні кілька років, проте методом селекції виводяться нові породи, які дають вдвічі більше молока ніж попередні. Польща є одним з лідерів в молочній галузі в Європі і по світу загалом.

Вивчивши всі аспекти внутрішнього ринку може здатись, що приймаючу країну було обрано невдало. Проте в компанії «Молочний альянс» є ряд продуктів, які не представлені на ринку Польщі, а отже можуть вдало там реалізовуватись. Також дана компанія надає послуги зі співпраці «B2B». Наприклад, масло або вершки для виготовлення кондитерських виробів.

Висновки до розділу 2

Отже, для вибору приймаючої країни для АТ «Молочний альянс» мною було обрано чотири країни – Нідерланди, Польща, Словаччина та Румунія. З Нідерландами компанія співпрацює і в теперішній час, проте є перспективи для розширення ринку даної країни.

Всі аналізовані країни є членами Європейського Союзу. Оскільки компанія більше співпрацює з країнами близького Сходу, Африки та лише з кількома державами ЄС, то я вважаю доцільним проводити аналіз саме запропонованих мною країн.

З проведеного дослідження можна зробити висновок, що за всіма показниками та індексами на першому місці опинились Нідерланди. Це високорозвинена країна з відкритим ринком, розвинутою інфраструктурою та досить простими умовами ведення бізнесу. Проте жорстка трудова політика, високі податки та віддаленість від України (місця виробництва товарів) не дає можливості в повній мірі співпрацювати з АТ «Молочний альянс».

Словаччина та Румунія за агрегованим показником стану бізнес-середовища країни знаходяться майже на одному рівні з мінімальним відхиленням. Високий рівень корупції, недостатньо розвинені ринки та орієнтація у співпраці зовсім в інших сферах також унеможливлюють співпрацю з аналізованою компанією.

Найоптимальнішим вибором є Польща. Близьке розташування, налагоджена транспортна інфраструктура, відносна легкість ведення бізнесу, налагоджені за багато років співпраці контакти в багатьох сферах дають можливість для виходу на польський ринок.

Проте провівши аналіз внутрішнього ринку молочних продуктів Польщі, можна зробити висновок, що попит повністю задовольняється внутрішніми виробниками. Але АТ «Молочний альянс» виготовляє, наприклад, продукцію для дітей яка може бути реалізована на польському ринку.

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «МОЛОЧНИЙ АЛЬЯНС»

3.1. Пропозиції щодо вдосконалення стратегії міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс»

Для здійснення міжнародної діяльності АТ «Молочний альянс» використовує таку стратегію як експорт.

Оскільки на попередньому етапі дослідження приймаючою країною було обрано Польщу – одного з лідерів у виробництві молока та молочної продукції в Європі, то, на мою думку, для аналізованої компанії є декілька шляхів виходу на новий ринок: продовжувати стратегію експорту, але орієнтуватись на Європу, відкриття або покупка виробничих потужностей саме в Польщі, або утворення стратегічного об'єднання для спільної діяльності.

Для першого варіанту, тобто продовження експортної діяльності, компанії АТ «Молочний альянс» необхідно проаналізувати свій асортиментний ряд і порівняти з основними конкурентами на новому ринку. Після аналізу необхідно обрати ті позиції, які є унікальними або користуються найбільшим попитом на ринку.

Для аналізованої компанії унікальною може бути, наприклад, лінійка «Яготинське для дітей», в якій представлено вітамінізоване молоко та кефір, молоко для дітей безлактозне, пасти сиркові та йогурти з 100% натуральними наповнювачами, та каші дитячі «ready-to-eat».

Оскільки в Європейському Союзі та загалом в світі, існує тенденція до правильного харчування, то новим продуктом може стати масло топлене від ТМ «Яготинське». Даний вид масла є надзвичайно корисним і містить більше корисних мікроелементів ніж звичайне вершкове.

Ще одним продуктом даної торгової марки може стати кисломолочний напій «Геролакт». Він відрізняється від інших кисломолочних напоїв особливістю складу його мікрофлори та компонентного складу рецептури. Зокрема, напій містить

бактерії *Streptococcus thermophiles* та пробіотик *Enterococcus faecium*, що є дуже корисним для травлення.

Також для європейського ринку можуть стати цікавими тертий сир «Моцарелла». Такий продукт може використовуватись як вдома для приготування різноманітних страв, так і ресторанами де готують піцу чи інші страви з додаванням тертого сиру. Це скоротить час на приготування, відповідно збільшиться кількість обслуговуваних клієнтів.

Потім необхідно отримати ветеринарні сертифікати країни або регіону куди буде відправлятися продукція. Необхідно також мати внутрішній ветеринарний сертифікат.

Після того як будуть обрані товари з асортиментного ряду, компанія повинна обрати точки збуту. Це можуть бути як роздрібні мережі, так і великі оптові покупці. АТ «Молочний альянс» на договірних умовах вказаних в контракті може випускати продукцію під торговою маркою оптового замовника. Така позиція є дуже зручною для компаній в яких немає виробничих ліній орієнтованих на конкретний вид продукції. Наприклад, найбільший партнер для АТ «Молочний альянс», компанія «DairyFood» (м. Нур-Султан, Казахстан) закуповує продукцію під власними торговими марками «Княжна» та «Достойный выбор».

Далі з обраною компанією укладається контракт на співпрацю, в якому визначаються умови постачання згідно Інкотермс, визначається ціна товару та валюта платежу, всі обов'язки та відповідальність обох сторін, вказуються реквізити сторін. До договору додається специфікація, де вказано асортимент товару, його кількість та ціна, а також інвойс. Специфікація обов'язково має бути підтверджена підписом керівника компанії-покупця та печаткою компанії.

Після узгодження всіх нюансів по контракті та специфікації, відбувається відвантаження та відправка товару.

Ще одним маркетинговим заходом для збільшення експорту АТ «Молочний альянс» є такий метод стимулювання збуту на світовому ринку молочної продукції як надання знижки постійним оптовим покупцям. Можливо впровадити бонусну знижку постійним клієнтам, з якими склалися довірливі відносини, у розмірі від

1,5% до 3,5%. Умови надання такої знижки можуть розглядатися індивідуально, в залежності від кількості замовленої продукції, і мають бути обумовлені в угоді. Надана знижка виступає витратами підприємства.

Для стимулювання експорту аналізована компанія може розміщувати пропозиції з продажу своєї продукції на платформі Global Dairy Trade – це світовий онлайн ринок молочної продукції. Він має два основні підрозділи: GDT Events та GDT Marketplace. GDT Events є провідним світовим аукціоном з торгівлі молочною сировиною великого обсягу та встановленою референтною ціною. GDT Marketplace – це більш широкий ринок для купівлі та продажу широкого асортименту молочних продуктів у будь-якій кількості та в будь-який час. Це дозволить знайти нових покупців для таких товарів як сухе цільне молоко, сухе знежирене молоко, масло, суху сироватку. Також на цій платформі доцільно буде розмістити сирну продукцію, оскільки в АТ «Молочний альянс» вона високої якості та може бути різної фасовки – від флоу-пака до брусків по 2 та бкг. Також така продукція може випускатись під торговою маркою замовника. Покупцями на Global Dairy Trade виступають бізнеси, тобто це або виробники, яким для виробництва власної продукції необхідна молочна сировина, або компанії з продажу вже готової продукції.

Також можливим варіантом просування експортної стратегії є розміщення на сайті АТ «Молочний альянс» рекламного повідомлення українською, російською та англійською мовами, в якому буде викладено пропозиції для співпраці та вказані умови для надання знижки. Поряд з цим повідомленням може бути розміщений оптовий прайс-лист для потенційних покупців. Також можна запропонувати розмістити на сайті онлайн-калькулятор для розрахунку вартості потенційного замовлення в гривнях, доларах та євро з урахуванням поточного курсу валют. Тобто такий впроваджений захід направлений на оновлення та просування сайту, завдяки чому інформація буде доступна не тільки українським споживачам молочної продукції, а також потенційним іноземним оптовим покупцям.

Іншим варіантом продовження використання стратегії експорту та просування власної продукції АТ «Молочний альянс» є участь у міжнародних

виставках. Таких виставок існує багато. Але оскільки в даній роботі аналізованій компанії рекомендується виходити на ринок Європейського Союзу, то можлива участь саме в таких як Tastes of the regions 2021 (Познань , Польща), Sol & Agrifood 2021 (Верона , Італія), Riga Food 2021 (Рига, Латвія), Food-Tech Eurasia 2021 (Стамбул, Туреччина) тощо. На мою думку, саме ці виставки є актуальними, оскільки велика частина продукції аналізованої компанії має короткі строки зберігання, а доставка до потенційного покупця в цих ринках можлива в коротші строки. Також існує можливість, що клієнти зацікавляться сирною продукцією, а строки придатності в неї вищі ніж в інших товарів. Тому на таких заходах існує висока ймовірність залучення нових покупців та підписання нових контрактів на поставку. Проте, враховуючи ситуацію з пандемією COVID-19 в світі, відвідування виставок може перенестись на невизначений термін. У зв'язку з цим більшість міжнародних виставок в Європі, запланованих на 2020 рік, були перенесені на рік або більше.

Наступним шляхом виходу на ринок може стати будівництво нового заводу саме в Польщі, або ж покупка готових виробничих потужностей в цій же країні.

Польщу я обрала саме тому, що там легко можна отримати дозвіл на будівництво та отримати кредитування в місцевих банках. Проте можуть виникнути певні проблеми з реєстрацією підприємства, оскільки ця процедура є досить тривалою та дороговартісною за рахунок податкової політики.

Також, як було вказано в попередньому розділі, в Польщі велика кількість поголів'я дійних корів. Тобто проблем з сировиною бути не повинно.

Польща має дуже вигідне географічне положення для експорту продукції на Європейський ринок. Середній строк придатності молочної продукції АТ «Молочний альянс» – 10-14 днів, а строки поставки до Європейського Союзу, враховуючи митні формальності – 14-20 днів. Якщо виробничі потужності будуть розміщені саме в Польщі, то строки поставки скоротяться приблизно на 5-7 днів, що дасть змогу реалізовувати цільномолочну продукцію з короткими строками придатності.

Ще одним можливим варіантом є покупка готового підприємства з виробництва молочної продукції. Такий хід скоротить час на облаштування бізнесу, хоча може стати затратнішим. Це пов'язано з тим, що купуючи готовий завод чи виробничу лінію, компанія купує і її адміністративні та соціальні проблемами. Так, наприклад, на заводі, який купується, можуть бути відсутні чи бути в поганому стані очисні споруди. На їх відновлення чи будівництво необхідно буде виділити немалі кошти. Або ж можуть бути проблеми із самою виробничою лінією – необхідно замінити зношені деталі чи вдосконалити її для своїх потреб.

Обидва з вищезазначених способів розміщення виробництва в Польщі є дуже дороговартісними. Проте такий спосіб виходу на новий ринок є надзвичайно перспективним, оскільки значно скорочуються строки поставки товарів, за рахунок вільної зони всередині Європейського Союзу зменшуються митні формальності і час перебування на митниці, також відривається можливість дослідження внутрішнього ринку Європи і запуску у виробництво нових продуктів на які буде попит.

І останнім із запропонованих мною варіантів виходу на новий ринок є утворення стратегічного об'єднання для спільної діяльності. Таким чином за вибору такої стратегії діяльності, існують можливості для тимчасового або постійного об'єднання з виробниками Європейського Союзу для виготовлення продукції. Так, наприклад, можна створити сумісний продукт за технологіями обох компаній. Тобто якщо в іноземній компанії є виробничі потужності, але немає потрібної сировини, то можлива співпраця на умовах постачання від АТ «Молочний альянс» сировини, але створення нового продукту з компанією-партнером з внесенням новацій цієї компанії.

Така стратегія виходу на новий ринок є цікавою, проте недостатньою для реалізації іншої продукції компанії.

3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів

В попередньому параграфі мною було надано рекомендації щодо обрання стратегії виходу на Європейський ринок для АТ «Молочний альянс».

Першим запропонованим шляхом було продовження стратегії експорту. Це може дати позитивні результати, але якщо будуть представлені унікальні товари. Якщо експортувати, наприклад, молоко то лише ультрапастеризоване, оскільки збільшується строк придатності.

Щодо вартості молока в різних країнах, то вона представлена в таб.3.1.

Таблиця 3.1

Середня вартість одного літра молока в деяких країнах Європи

Країна	Вартість, дол. США/літр	Вартість, грн./літр
Німеччина	2,06	57,95
Нідерланди	1,48	41,64
Бельгія	1,24	33,88
Румунія	1,20	33,76
Чехія	1,12	31,51
Польща	0,67	18,85
Україна	0,98	27,57

Джерело: розроблено автором на основі даних сайту milkua.info [12].

Отже, як бачимо з таблиці ціни на українське молоко нижчі ніж в Європі. Проте це вказана ціна на внутрішньому ринку, якщо взяти до уваги митні формальності та вартість транспортування, то ціна зросте мінімум в 0,5 рази. Це робить українську молочну продукцію нерентабельною для збуту на ринок Європи.

Хоч якщо говорити про унікальні товари, то тоді ціна буде повністю покривати витрати і приносити прибутки. Але цінову політику теж варто врегульовувати відповідно з ринком тієї країни, де товар буде реалізовуватись.

Також є можливість експортувати білково-жировий продукт (сир твердий), бо строк його придатності значно вищий ніж у цільномолочної продукції. Проте за

вимогами до якості продукції такий товар не може реалізовуватись в багатьох країнах Європейського Союзу. До уваги можна взяти і сирну продукцію, строк реалізації якої також є вищим ніж у цільномолочної.

За такого варіанту розрахуємо ефективність експортної операції для поставки партії сиру твердого вагового «Топліні» зі смаком та ароматом пряженого молока, 50% жиру, плівка, брус вагою 2–2,50 кг. Обрано саме цей товар, оскільки строк придатності складає 240 діб за температури $-4...0^{\circ}\text{C}$ та 180 діб за температури $0...+6^{\circ}\text{C}$, що значно перевищує строки придатності цільномолочної продукції. Ефективність експорту розрахуємо для двох країн – Польща та Словаччина.

Наприклад, від покупця надійшло замовлення на партію товару загальною вагою 2400кг. Ціна за 1кг продукту складає 2,6 дол. США. Собівартість 1кг продукту – 42,2 грн. Оскільки АТ «Молочний альянс» здійснює постачання товару автотранспортом з напівпричепами-рефрижераторами на умовах Інкотермс-2010 FCA, то компанія сплачує лише за митне оформлення товару в режимі експорту та його завантаження на автотранспорт покупця. Вивізне мито на молочну продукцію в Україні відсутнє. Воно встановлене лише на живу худобу та шкіряну сировину, на насіння деяких видів олійних культур, на відходи та брухт чорних металів, на брухт легкових чорних металів, брухт кольорових металів та напівфабрикати з їх використанням, та на газ. Відвантаження товару буде здійснюватися з Пирятинського сирзаводу, м. Пирятин, Україна. Продукт фасується у картонні ящики по 6 брусів, загальна вага яких 12-15кг. Курс долара – 28,13 грн. Результати розрахунків подано в таб.3.2 (див. ст. 48) (формули та розрахунки див. Додаток Е).

Як бачимо з таб.3.2, за однакової кількості товару та однакових умов поставки, ефективність експорту для Польщі є вищою, лише за рахунок відстані. Проте показники для обох країн перевищують значення оберненого курсу валют, що свідчить про те, що зовнішньоторговельна діяльність є ефективною.

Таблиця 3.2

Розрахунок вартості поставки сиру твердого вагового «Топліні» на умовах FCA для Польщі та Словаччини

Витрати	Польща (FCA Ягодин)		Словаччина (FCA Ужгород)	
	грн	дол. США*	грн	дол. США*
Обсяг (кг)	2400		2400	
Митний тариф (%)	0**		0**	
Витрати на виробництво 1 кг сиру	42,2	1,5	42,2	1,5
Витрати на виробництво партії сиру	101280	3600	101280	3600
Упакування	2720	96	2720	96
Завантаження на транспорт перевізника	800	28,4	800	28,4
Доставка основному перевізнику	16243,5	576,8	23642,5	839,5
Експортне митне очищення	450	16	450	16
Прибуток від реалізації партії товару	74256	2640	74256	2640
Контрактна вартість	175536	6240	175536	6240
Контрактна вартість 1 кг сиру	73,14	2,6	73,14	2,6
Ефективність експорту	1,45		1,36	

*курс долара – 28,13 грн./дол. США (обернений курс – 1грн = 0,36 дол. США)

**митний тариф дорівнює 0%, оскільки вивізного мита на молочну продукцію в Україні немає

Джерело: розроблено автором на основі розрахунку вартості поставки товару за даними АТ «Молочний альянс» (див. Додаток Е)

Іншим варіантом виходу на новий ринок є утворення стратегічного об'єднання для спільної діяльності. Така стратегія є доволі ризиковою, бо в процесі об'єднання одна компанія може поглинути іншу. Або ж існує варіант, що такі альянси будуть не вигідними одному з учасників. На короткостроковій основі може бути випущена нова лінійка продукції лімітованої серії, наприклад, йогурт з добавками, які є унікальними для України і не виготовляються/не вирощуються в Європі. На довгостроковій основі така співпраця може бути у виробництві нових видів сирів з молока з екологічних регіонів України.

Проте такі види співпраці не є вигідними для АТ «Молочний альянс», оскільки експорт готової продукції принесе більший прибуток ніж короткострокові співпраці. Але після таких об'єднань є перспектива, що споживач вподобає нову продукцію, буде знати про одного із заводів-виробників АТ «Молочний альянс» і

захоче ознайомитись з іншою продукцією компанії. Таким чином малими партіями можна почати заходити на ринок.

Але враховуючи, що строки придатності продукції невеликі, виходити доведеться на ринки найближчих до України європейських країн. Так, аналізована компанія вже має співпрацю лише з Молдовою і біле орієнтується на ринки близького Сходу.

Якщо говорити про просування на ринок Європейського Союзу, то найкращою імплементацією туди є створення лінії виробництва в Польщі. Вигідне економічне положення, низька вартість сировини дають змогу функціонувати заводу та приносити прибутки.

Також плюсом для відкриття власного виробництва в даній країні є те, що держава надає пільги для нових підприємств, що відповідно створюють і нові робочі місця. Для розширення виробництва в Україні немає потреби, а також це є недоцільним, оскільки сировини для виготовлення продукції не вистачає і більшість українських виробників імпортують її саме з Польщі.

Тому, доцільним буде розмістити виробництво прямо там, тим самим скоротити затрати на сировину.

Щодо прорахунку вартості такого будівництва, то, на жаль, відкритих даних про вартість обладнання для виробництва молочної продукції знайти не вдалось. Проте, АТ «Молочний альянс» може побудувати для початку, наприклад, модульний цех для виробництва молочної продукції. Це означає, що необхідно придбати земельну ділянку де потім будуть встановлюватись модулі – невеликі приміщення, в кожному з яких знаходиться окремий вид обладнання для виробництва продукції. Таке будівництво в рази дешевше капітального та в будь який момент може легко бути розширене за рахунок приєднання нових модулів.

Підсумовуючи всі рекомендації було зроблено прогноз фінансово-господарської діяльності АТ «Молочний альянс». Умови впровадження хоча б одного із запропонованих заходів покращення розробки стратегії міжнародної діяльності, прогнозований ріст показників складе близько 12%. Дані щодо прогнозу наведено в таб.3.3.

Таблиця 3.3

Прогнозні показники фінансово-господарської діяльності АТ «Молочний альянс» з урахуванням запропонованих заходів, тис. грн

Показник	Рік				
	Фактичне значення	Попередні дані	Прогнозні значення		
	2019	01.01-31.10 2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції	7198	7387	9029	10113	11326
Чистий дохід від експортної діяльності	1799,5	1845,7	2257,25	2528,25	2831,5
Собівартість реалізованої продукції	1400	1539	1756	1967	2203
Чистий прибуток	137719	143391	172755	193485	213704

Джерело: розроблено автором на основі даних АТ «Молочний альянс» (див. Додаток А.5.2) та прогнозу автора щодо росту показників на 12%.

Аналізуючи попередні роки діяльності компанії можна прослідкувати нестабільність приросту показників. В деякі роки взагалі спостерігався спад. Тому, стабільний приріст протягом подальших років виведе АТ «Молочний альянс» на нові ринки, а її прибутки зростатимуть.

Також досліджено, що запропоновані заходи дозволять аналізованій компанії побудувати нову стратегію міжнародної діяльності, яка буде ефективнішою та дозволить реалізовувати свою продукцію на нових ринках. Таким чином компанія має можливість спочатку експортувати товари, знайти нових покупців та партнерів, одним словом заявити про себе, в даному випадку на ринку Європейського Союзу. Відповідно, прибутки компанії зростуть і буде можливість розміщення власного виробництва в європейській країні, що значно спростить процедуру експорту в даному регіоні.

Міжнародна діяльність, за умови впровадження запропонованих заходів, матиме ширшу географічну структуру. Підлаштовуючись під стандарти європейських країн, АТ «Молочний альянс» буде вдосконалювати технологію виробництва власної продукції та створюватиме товари які повною мірою задовольнятимуть потреби споживачів.

Висновки до розділу 3

Для АТ «Молочний альянс» було запропоновано такі варіанти вибору стратегії міжнародної діяльності: продовжувати стратегію експорту, але орієнтуватись на Європу, відкриття або покупка виробничих потужностей саме в Польщі, або утворення стратегічного об'єднання для спільної діяльності.

Кожна з цих стратегій має свої переваги та недоліки.

Для першої експортної стратегії головним обмеженням є строки придатності експортованої продукції та ціна на неї. Проте є способи для того, щоб потенційні покупці дізнались про компанію. Такими способами є участь в міжнародних виставках харчових продуктів, просування власного сайту компанії з орієнтацією як на внутрішнього, так і на іноземного покупця, надання знижок постійним клієнтам та розміщення власної продукції для продажу на міжнародній онлайн платформі Global Dairy Trade, що спеціалізується на продажі саме молочної продукції та сировини.

Для АТ «Молочний альянс» було прораховано ефективність експорту на прикладі товару сир твердий ваговий «Топліні» та для двох країн – Польщі та Словаччини. Обидва потенційні контракти виявились ефективними та потенційно успішними, що свідчить про можливість співпраці з ринком Європейського Союзу.

Створення виробничої лінії в Польщі є досить дороговартісним, проте перспективним. Тобто за відкриття заводу в даній країні відривається більше можливостей для реалізації продукції на ринку Європейського Союзу.

Створення стратегічних об'єднань, на мій погляд, є найбільш неперспективним та недоцільним для АТ «Молочний альянс», оскільки така співпраця в молочній галузі є або короткостроковою, або фінансово не вигідною.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Міжнародна діяльність підприємства – це діяльність, пов’язана з експортом та/або імпортом товарів та послуг, виходом на нові ринки, співпраці з іноземними підприємствами в різних сферах ведення бізнесу.

На вибір стратегії міжнародної діяльності впливає багато факторів. Наприклад, галузь діяльності, орієнтація підприємства на зовнішній або внутрішній ринок, стан самого підприємства тощо.

На сучасному етапі існує досить багато стратегій міжнародної діяльності. Основними видами стратегій є:

- стратегія ізоляції;
- стратегія протекціонізму;
- стратегія вільної торгівлі;
- стратегія поповнення дефіцитного ринку (протекціонізм навпаки);
- стратегія імпорту;
- стратегія розміщення міжнародного виробництва;
- стратегія експорту.

Найпопулярнішими і найпростішими є стратегія експорту та імпорту.

Проте підприємства майже ніколи не використовують одну стратегію, вони завжди використовують змішані.

Отже, дана робота була проведена на базі АТ «Молочний альянс».

Якщо розглядати аналізовану компанію, то АТ «Молочний альянс» – це група компаній з виробництва сирів, цільномолочної та кисломолочної продукції, підприємств з переробки молока та молочної продукції, а також компаній, що здійснюють реалізацію продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Продукція випускається під брендами «Пирятин», «Славія», «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Хопси», «Златокрай» та «Молочний альянс». До складу компанії входять як виробничі підприємства, так і компанії зі збуту тоару на внутрішній та зовнішній ринки. Компанія функціонує з 2006 року та на даний час є одним з лідерів молочної галузі в Україні.

Переходячи до фінансового аналізу, який було здійснено за 2015-2019 роки, можна зробити висновки, що найгіршим роком за всіма показниками став 2015. Втративши майже половину від свого зовнішнього ринку збуту в 2014 році (війна на Сході України, анексія Криму), виробництво скоротилось, а відповідно скоротився і прибуток. За 2015 рік коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, а також чистий оборотний капітал були критично низькими з від'ємним значенням – -8,92 та -8667тис. грн. відповідно.

Також показники фінансового стану підприємства, знизились в 2017 році. В цей період відбулось оновлення виробничих ліній на двох заводах – Баштанському сирзаводі та Золотоніському маслоробному комбінаті. Було замінено старі лінії та встановлено додаткові задля забезпечення безперервного процесу виробництва у разі несправності ліній на інших заводах компанії. Хоч показники цього року були низькими, проте залишались в межах норми.

В подальші роки ситуація в компанії стабілізувалась. Ще з 2015 року було заключено контракт з компанією «DairyFood» (м.Нур-Султан, Казахстан), яка стала найбільшим імпортером продукції АТ «Молочний альянс» (експорт білково-жирової продукції). Також в 2016 році почалась співпраця з Молдовою (експорт цільномолочної продукції) та відбувся вихід на ринки Нідерландів та Данії (експорт фасованих сирів). Продовжилась співпраця з Об'єднаними Арабськими Еміратами, Іраном, Узбекистаном (до цих країн експорт білково-жирової продукції, твердих сирів, плавлених сирів та частково цільномолочної продукції) та Китаєм (експорт білково-жирової продукції, сухого молока та демінералізованої сироватки).

Отже, для вибору приймаючої країни для АТ «Молочний альянс» мною було обрано чотири країни – Нідерланди, Польща, Словаччина та Румунія. Країни було обрано з урахуванням вже існуючої співпраці та можливістю виходу на нові ринки. Враховуючи специфіку діяльності АТ «Молочний альянс», близькість розташування країн теж грала велику роль.

Всі аналізовані країни є членами Європейського Союзу. Оскільки компанія більше співпрацює з країнами близького Сходу, Африки та лише з кількома

державами ЄС, то я вважаю доцільним проводити аналіз саме запропонованих мною країн.

Для обраних країн було здійснено аналіз за індексами глобальної конкурентоспроможності, економічної свободи, залучення країн світу до міжнародної торгівлі та легкості ведення бізнесу. Також було розраховано агрегований показник стану бізнес-середовища.

За всіма індексами та показниками лідером виявились Нідерланди. На другому місці – Польща, далі Словаччина і найгірші показники виявились для Румунії.

З проведеного дослідження можна зробити висновок, що за всіма показниками та індексами на першому місці опинились Нідерланди. З Нідерландами компанія співпрацює і в теперішній час, проте є перспективи для розширення ринку даної країни. Це високорозвинена країна з відкритим ринком, розвиненою інфраструктурою та досить простими умовами ведення бізнесу. Проте жорстка трудова політика, високі податки та віддаленість від України (місця виробництва товарів) не дає можливості в повній мірі співпрацювати з АТ «Молочний альянс».

Словаччина та Румунія за агрегованим показником стану бізнес-середовища країни знаходяться майже на одному рівні з мінімальним відхиленням. Високий рівень корупції, недостатньо розвинені ринки та орієнтація у співпраці зовсім в інших сферах також унеможливають співпрацю з аналізованою компанією.

Найоптимальнішим вибором є Польща. Близьке розташування, налагоджена транспортна інфраструктура, відносна легкість ведення бізнесу, налагоджені за багато років співпраці контакти в багатьох сферах дають можливість для виходу на польський ринок.

Проте провівши аналіз внутрішнього ринку молочних продуктів Польщі, можна зробити висновок, що попит повністю задовольняється внутрішніми виробниками. Але АТ «Молочний альянс» виготовляє, наприклад, продукцію для дітей яка може бути реалізована на польському ринку.

Для АТ «Молочний альянс» було запропоновано такі варіанти вибору стратегії міжнародної діяльності: продовжувати стратегію експорту, але орієнтуватись на Європу, відкриття або покупка виробничих потужностей саме в Польщі, або утворення стратегічного об'єднання для спільної діяльності.

Кожна з цих стратегій має свої переваги та недоліки.

Для першої експортної стратегії головним обмеженням є строки придатності експортованої продукції та ціна на неї. Ціна української молочної продукції є нижчою за європейські, але вона є такою лише для внутрішнього ринку. Якщо ж брати до уваги всі витрати на упаковку (наліпки іноземною мовою або нова упаковка для зовнішнього ринку), витрати на транспортування та митні платежі, то ціна значно зростає. Тому продукція стає неконкурентною. Але існує багато методів для знаходження нових покупців на нових ринках. Наприклад, участь у міжнародних спеціалізованих виставках, просування роботи сайту, запровадження системи знижок для постійних покупців.

Створення виробничої лінії в Польщі є досить дороговартісним, проте перспективним. Тобто за відкриття заводу в даній країні відкривається більше можливостей для реалізації продукції на ринку Європейського Союзу. В цій країні дешева сировина, що зменшує витрати на неї. Також, на сучасному етапі існує можливість будівництва заводу за допомогою модулів. Це значно пришвидшує процес запуску виробництва та зменшує вартість будівництва.

Створення стратегічних об'єднань, на мій погляд, є найбільш неперспективним та недоцільним для АТ «Молочний альянс», оскільки така співпраця в молочній галузі є або короткостроковою, або фінансово не вигідною.

Отже, для АТ «Молочний альянс» є багато шляхів розширення міжнародної діяльності. Зважаючи, що підприємство за останні роки розвивається стабільно і є прибутковим, то варіант з будівництвом виробничої лінії в іншій країні є досить перспективним напрямком.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка і фінанси підприємства : підручник / Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин-Рашкевич. – Львів : Магнолія 2006, 2014. – 406 с. – (Вища освіта в Україні)
2. Звіт «Poland: Dairy and Products Annual», 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Warsaw_Poland_11-25-2019
3. Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/?doing_wp_cron=1606249069.7734448909759521484375
4. Індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.heritage.org/index/ranking>
5. Індекс залучення країн світу до міжнародної торгівлі (The Global Enabling Trade Report 2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GETR_2016_report.pdf
6. Індекс легкості ведення бізнесу (Doing Business) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>
7. Інкотермс 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zed.ua/images/files/Incoterms_short.pdf
8. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. / Портер М. Пер. з англ. 3- вид. Москва: Альпіна Бізнес Букс, 2007. 453 с
9. Конкуренція у міжнародному бізнесі: навчально-методичний комплекс з дисципліни / Уклад. В.В. Зеліч (Яцко). – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2015
10. Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності (для магістрів): Навч. пос. / К.В. Ковтуненко, О.М. Коваленко, О.В. Станіславик та ін.; за ред. К.В. Ковтуненко. – Київ: «Центр учбової літератури», 2018. – 505 с.

11. Міжнародний менеджмент. Навч. посіб. / Юхименко П.І., Гацька Л. П., Півторак М. В. та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2011. - 488 с. / ISBN 978-966-364-872-9
12. Молочний бізнес в Україні і світі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://milkua.info/index.php?p=1/>
13. Онлайн розрахунок фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://fin-admin.com/ua/fnansovij-analz/>
14. Проблеми виходу вітчизняних підприємств на європейські ринки / Наталія Бондаренко, Ірина Гринько // Галицький економічний вісник. — Т. : ТНТУ, 2019. – Том 61. – № 6. – С. 56–62. – (Економіка та управління підприємством)
15. Сайт Державної служби статистики України. Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами за 2020 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/ztt/ztt_u/arh_ztt2020.html
16. Сайт Посольства України в Словацькій Республіці. Торговельно-економічне співробітництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://slovakia.mfa.gov.ua/spolupraca/obchodna-hospodarska>
17. Сайт Посольства України в Республіці Польща. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Польщею [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://poland.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/229-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-polysheju>
18. Сайт Італійської економічної консалтингової компанії в молочній галузі CLAL [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.clal.it/en/?section=quadro_europa&country=PL
19. Сайт компанії «Молочний альянс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://milkalliance.com.ua/>
20. Сайт Статистичної бази ЄС Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ec.europa.eu/eurostat/>
21. Сайт Торговельної мапи Міжнародного торговельного центру [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.trademap.org/Index.aspx>

22. Сайт Global Product Prices. Milk - prices around the world, September 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.globalproductprices.com/rankings/milk_prices/
23. Словник економіко-фінансових показників, коефіцієнтів, індикаторів / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikov>
24. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності в умовах транснаціоналізації / Якушев О.О., Білоусов О.М. – «Бізнес-навігатор». Науково-виробничий журнал, 2012
25. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства / С.О.Пермінова, Є.В. Романко – «Молодий вчений» – №2 (29) – 2016
26. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк, Л. І. Данілова, Н. Л. Кремпова; ред.: А. М. Поддєрьогін; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". - 8-е вид., переробл. та доповн. - К. : КНЕУ, 2013. - 519 с.
27. Фінансовий менеджмент : підручник / Д. І. Дема, Л. М. Дорохова, О. М. Віленчук [та ін.] – Житомир : ЖНАЕУ, 2018. – 320 с.
28. Фінансування інноваційного розвитку харчової промисловості України : монографія / А. М. Поддєрьогін, А. В. Корнилюк; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". - Київ : КНЕУ, 2014. - 196 с., укр.
29. Формування стратегії міжнародної діяльності підприємства / Турчак В.В., Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету – «Молодий вчений» - № 3 (43) - березень, 2017 р.
30. Формування стратегії розвитку ЗЕД підприємства молочної галузі / О. І.Чайкова, А.І. Кріштальова, Т.П. Кононенко – Вісник НТУ «ХП». 2015. № 53(1162)
31. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності / В. В. Жихарева, Т. М. Савельєва – Економіка і суспільство 2017, № 9

32. Формування та реалізація стратегії розширення масштабів діяльності підприємства та можливості його виходу на міжнародний ринок / Мельник К.В. – Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. Вип.88. С.280
33. Шляхи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Блажкун О. Ю., Тимошенко Н. Ю. – Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. –2016. – Вип. 10.
34. Шляхи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Семенець М. – Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. – К.: НУХТ, 2019. – 346 с.
35. Шляхи виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / О.В. Станіславський – Збірник Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до управління підприємством», 2019
36. Шляхи розширення масштабів експортної діяльності підприємства / Ляховченко М.В. – Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Вип. 68. 272 С.
37. Шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємств харчової промисловості / О.В. Лапін, К.М. Горицька – Ефективна економіка, №11, 2016
38. Aksenov I. Methods of assessment of foreign economic activity in the region/ I. Aksenov [Electronic resource]. – Mode of access : http://library.colloquium-publishing.ru/index.php/L_21/article/download/212/205
39. Consumption and Internationalization: Determinants for the Development of the Dairy Market in Poland / Tomasz Wierzejski, Wiesława Lizińska, Dominika Jakubowska – European Research Studies Journal, Volume XXIII, Issue 3, pp. 629-644, 2020

40. Could EU dairy quota removal favour some dairy production systems over others?
The case of French dairy production systems / Thibault Salou, Hayo M.G. van der Werfb, Fabrice Levertc, Agneta Forslundd, Jonathan Herculec, Chantal Le Mouël – Agricultural Systems. Volume 153, May 2017, Pages 1-10
41. Enterprise Agility: Why Is Transformation so Hard [Electronic resource] / 2018. – Mode of access: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-91602-6_9
42. Exploring the Sustainability of the Cooperative Model in Dairy: The Case of the Netherlands [Electronic resource] / Jos Bijman, Special Issue «Cooperative Longevity: Why are So Many Cooperatives So Successful», 2018 – Mode of access : <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/7/2498/htm>
43. External economic activity of enterprises: competitive advantages, state regulation [Electronic resource] / Elmira A. Asyaeva, Rustem A. Shichiyakh, Igor V. Petrov; Said-Ali Sh. Dovtaev, Ekaterina E. Listopad – Revista ESPACIOS, Vol. 39 (Nº31) Year 2018. – Mode of access: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n31/a18v39n31p01.pdf>
44. International Business Strategies in a Globalizing World by Norwich University Online [Electronic resource] / 2017. – Mode of access: <https://online.norwich.edu/academic-programs/resources/international-business-strategies-globalizing-world>
45. International strategy: from local to global and beyond [Electronic resource] / Michael A. Hitt, Dan Li, Kai Xu – Journal of World Business, in press, 2015. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/280625154_International_Strategy_From_Local_to_Global_and_Beyond
46. GDP per capita (current US\$). World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files. [Electronic resource] / The World Bank. – 2018. – Mode of access: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?year_high_desc=false

47. Problems and Prospects of the Dairy Market in Ukraine [Electronic resource] / Tetyana Sokolets, Maria Molozhon, 2017. – Mode of access: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25750/1/Problems%20and%20Prospects%20of%20the%20Dairy%20Market%20in%20Ukraine.pdf>
48. Trade profile 2019: Ukraine [Electronic resource] / The World Trade Organization. – 2019. – Mode of access: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/daily_update_e/trade_profiles/UA_e.pdf
49. World Tariff Profiles 2020 / WTO, ITC and UNCTAD [Electronic source]: WTO 2020. – Mode of access: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_tariff_profiles20_e.htm
50. What strategies do dairy companies realize? Using content analysis to examine strategies in the German dairy market [Electronic source] / AgEcon Search, 2019. – Mode of access: <https://ageconsearch.umn.edu/record/292441/>

ДОДАТКИ

Додаток А. Фінансова звітність АТ «Молочний альянс»

Додаток А.1.1

Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Молочний Альянс"	Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ
			2016 01 01
			34480442
			8038200000
			230
Територія	Акціонерне товариство	за КОАТУУ	8038200000
Організаційно-правова форма господарювання		за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки	за КВЕД	73.20
Середня кількість працівників			
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака	59		
Адреса	01011, м. Київ, вул. Лескова, 9		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			V
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2015 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	663	352
первісна вартість	1001	1963	1757
накопичена амортизація	1002	1300	1405
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби:	1010	151	104
первісна вартість	1011	503	503
знос	1012	352	399
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0

Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
<i>Продовження додатку А.1.1</i>			
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	42892	42892
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	141	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом І	1095	43847	43348
ІІ. Оборотні активи			
Запаси	1100	8	8
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	7	92
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	10
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	328	130
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	80	331
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	47	334
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	47	334
Витрати майбутніх періодів	1170	62	57
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	47	0
Усього за розділом ІІ	1195	579	952
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	44426	44300

Продовження додатку А.1.1

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	23500	23500
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11075	11181
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	34575	34681
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	2	14
за розрахунками з бюджетом	1620	2	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	2	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	22	0

за одержаними авансами	1635	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0

Продовження додатку А.1.1

із внутрішніх розрахунків	1645	8388	8657
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	925	895
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	512	53
Усього за розділом III	1695	9851	9619
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	44426	44300

Примітки

Керівник

Головний бухгалтер

д/н

Каліберов С.О.

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.1.2

Підприємство

Приватне акціонерне
товариство
"Молочний Альянс"

(найменування)

Дата(рік, місяць,
число)за
ЄДРПОУ

КОДИ

2016 | 01 | 01

34480442

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2015 р.**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3097	2684
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(736)	(578)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	2361	2106
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	33	1
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(20674)	(18556)
Витрати на збут	2150	(0)	(0)
Інші операційні витрати	2180	(429)	(349)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0

Продовження додатку А.1.2

збиток	2195	(18709)	(16798)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	19012	16955
Інші доходи	2240	2	23
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(9)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	305	171
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	199	78
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	106	93
збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	106	93

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	625	527
Витрати на оплату праці	2505	11986	11011
Відрахування на соціальні заходи	2510	2871	2868
Амортизація	2515	548	450
Інші операційні витрати	2520	5043	3944
Разом	2550	21073	18800

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	23500000	23500000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	23500000	23500000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.0045	0.0039
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.0045	0.0039
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки

Керівник

Головний бухгалтер

д/н

Каліберов С.О.

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.2.1

Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Молочний Альянс"	Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ
			2017 01 01
			34480442
			8038200000
			230
Територія	Акціонерне товариство	за КОАТУУ	73.20
Організаційно-правова форма господарювання		за КОПФГ	
Вид економічної діяльності		за КВЕД	
Середня кількість працівників	59		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	01011, м. Київ, вул. Лескова, 9		

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

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2016 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	352	198
первісна вартість	1001	1757	1944
накопичена амортизація	1002	1405	1746
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби:	1010	104	123
первісна вартість	1011	503	597
знос	1012	399	474
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0

Продовження додатку А.2.1

Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	42892	42922
інші фінансові інвестиції	1035	0	46134
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом І	1095	43348	89377
ІІ. Оборотні активи			
Запаси	1100	8	10
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	92	624
у тому числі з податку на прибуток	1136	10	436
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	130	350040
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	331	509
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	334	494
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	334	494
Витрати майбутніх періодів	1170	57	134
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом ІІ	1195	952	351811
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	44300	441188

Продовження додатку А.2.1

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	23500	23500
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11181	416262
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	34681	439762
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	0	0
за довгостроковими зобов'язаннями			
за товари, роботи, послуги	1615	14	42
за розрахунками з бюджетом	1620	0	8
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	5
за розрахунками з оплати праці	1630	0	31
за одержаними авансами	1635	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0

Продовження додатку А.2.1

із внутрішніх розрахунків	1645	8657	129
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	895	1159
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	53	52
Усього за розділом III	1695	9619	1426
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	44300	441188

Примітки

д/н

Керівник

Каліберов С.О.

Головний бухгалтер

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.2.2

Підприємство

Приватне акціонерне
товариство
"Молочний Альянс"

(найменування)

Дата(рік, місяць,
число)за
ЄДРПОУ

КОДИ

2017 | 01 | 01

34480442

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2016 р.

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3460	3097
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(924)	(736)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	2536	2361
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	0	33
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(23619)	(20674)
Витрати на збут	2150	(0)	(0)
Інші операційні витрати	2180	(583)	(429)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0

Продовження додатку А.2.2

збиток	2195	(21666)	(18709)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	428471	19012
Інші доходи	2240	20956	2
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(21443)	(9)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	406318	305
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1237	199
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	405081	106
збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	405081	106

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	730	625
Витрати на оплату праці	2505	15036	11986
Відрахування на соціальні заходи	2510	2555	2871
Амортизація	2515	416	548
Інші операційні витрати	2520	5466	5043
Разом	2550	24203	21073

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Примітки

д/н

Керівник

Каліберов С.О.

Головний бухгалтер

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.3.1

Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Молочний Альянс"	Дата(рік, місяць, число)	КОДИ
		за ЄДРПОУ	2018 01 01 34480442
		за КОАТУУ	8038200000
		за КОПФГ	230
		за КВЕД	73.20
Територія			
Організаційно-правова форма господарювання			
Вид економічної діяльності			
Середня кількість працівників	66		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	01011, м. Київ, вул. Лескова, 9		

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

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2017 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	198	253
первісна вартість	1001	1944	1468
накопичена амортизація	1002	1746	1215
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби:	1010	123	731
первісна вартість	1011	597	1394
знос	1012	474	663
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0

Продовження додатку А.3.1

Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	42922	41078
інші фінансові інвестиції	1035	46134	46134
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом І	1095	89377	88196
ІІ. Оборотні активи			
Запаси	1100	10	15
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0	4
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	624	820
у тому числі з податку на прибуток	1136	436	523
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	350040	350693
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	509	1667
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	494	501
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	494	501
Витрати майбутніх періодів	1170	134	185
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом ІІ	1195	351811	353885
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	441188	442081

Продовження додатку А.3.1

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	23500	23500
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	416262	416964
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	439762	440464
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	42	209
за розрахунками з бюджетом	1620	8	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	5	0
за розрахунками з оплати праці	1630	31	0
за одержаними авансами	1635	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0

Продовження додатку А.3.1

із внутрішніх розрахунків	1645	129	12
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	1159	1261
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	52	135
Усього за розділом III	1695	1426	1617
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	441188	442081

Примітки

д/н

Керівник

Каліберов С.О.

Головний бухгалтер

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.3.2

Підприємство

Приватне акціонерне
товариство
"Молочний Альянс"

(найменування)

Дата(рік, місяць,
число)за
ЄДРПОУ

КОДИ

2018 | 01 | 01

34480442

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2017 р.

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4646	3460
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(913)	(924)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	3733	2536
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	57	0
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(31802)	(23619)
Витрати на збут	2150	(0)	(0)
Інші операційні витрати	2180	(795)	(583)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0

Продовження додатку А.3.2

збиток	2195	(28807)	(21666)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	26951	428471
Інші доходи	2240	4484	20956
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(1844)	(21443)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	784	406318
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	80	1237
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	704	405081
збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	704	405081

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1091	730
Витрати на оплату праці	2505	19242	15036
Відрахування на соціальні заходи	2510	3394	2555
Амортизація	2515	483	416
Інші операційні витрати	2520	8386	5466
Разом	2550	32596	24203

Продовження додатку А.3.2

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Примітки

д/н

Керівник

Каліберов С.О.

Головний бухгалтер

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.4.1

Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Молочний Альянс"	Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ
			2019 01 01
			34480442
			8038200000
			111
Територія		за КОАТУУ	
Організаційно-правова форма господарювання	111	за КОПФГ	111
Вид економічної діяльності	72.30	за КВЕД	73.20
Середня кількість працівників	68		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	01011, м. Київ, вул. Лескова, 9		

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

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2018 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	253	276
первісна вартість	1001	1468	1648
накопичена амортизація	1002	1215	1372
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби:	1010	731	685
первісна вартість	1011	1394	1497
знос	1012	663	812
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0

Продовження додатку А.4.1

Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	41078	41078
інші фінансові інвестиції	1035	46134	46134
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом І	1095	88196	88173
ІІ. Оборотні активи			
Запаси	1100	15	5
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	4	4
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	820	289
у тому числі з податку на прибуток	1136	523	274
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	350693	407572
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1667	1635
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	501	288
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	501	288
Витрати майбутніх періодів	1170	185	292
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом ІІ	1195	353885	410085
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	442081	498258

Продовження додатку А.4.1

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	23500	30866
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	597
Емісійний дохід	1411	0	516
Накопичені курсові різниці	1412	0	81
Резервний капітал	1415	0	338
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	416964	464754
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	440464	496555
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	209	149
за розрахунками з бюджетом	1620	0	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	0	3
за одержаними авансами	1635	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0

Продовження додатку А.4.1

із внутрішніх розрахунків	1645	12	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	1261	1439
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	135	112
Усього за розділом III	1695	1617	1703
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	442081	498258

Примітки

д/н

Керівник

Каліберов С.О.

Головний бухгалтер

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.4.2

Підприємство

**Приватне акціонерне
товариство
"Молочний Альянс"**

(найменування)

Дата(рік, місяць,
число)за
ЄДРПОУ

КОДИ

2019 | 01 | 01

34480442

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2018 р.**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	7814	4646
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(838)	(913)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	6976	3733
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	893	57
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(38871)	(31802)
Витрати на збут	2150	(0)	(0)
Інші операційні витрати	2180	(1848)	(795)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)

Продовження додатку А.4.2

Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	0
збиток	2195	(32850)	(28807)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	433015	26951
Інші доходи	2240	303	4484
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(1844)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	400486	784
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	340	80
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	400128	704
збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	81	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	81	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	81	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	400209	704

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	829	1091
Витрати на оплату праці	2505	22802	19242
Відрахування на соціальні заходи	2510	4494	3394
Амортизація	2515	551	483
Інші операційні витрати	2520	11875	8386
Разом	2550	40351	32596

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Примітки

Керівник

Головний бухгалтер

д/н

Каліберов С.О.

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.5.1

Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Молочний Альянс"	Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ
			2020 01 01
			34480442
			8038200000
Територія	м. Київ, Печерський район	за КОАТУУ	230
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	73.20
Вид економічної діяльності	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки	за КВЕД	73
Середня кількість працівників	73		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Адреса	01011, м. Київ, вул. Лескова, 9		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	276	945
первісна вартість	1001	1648	2534
накопичена амортизація	1002	1372	1589
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	685	575
первісна вартість	1011	1497	1610
знос	1012	812	1035
Інвестиційна нерухомість:	1015	-	-
первісна вартість	1016	-	-
знос	1017	-	-

Продовження додатку А.5.1

Довгострокові біологічні активи:	1020	-	-
первісна вартість	1021	-	-
накопичена амортизація	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	41078	41564
інші фінансові інвестиції	1035	46134	46134
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	548
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	11704
Усього за розділом І	1095	88173	101470
ІІ. Оборотні активи			
Запаси	1100	5	12
Виробничі запаси	1101	-	-
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	4	4
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	289	647
у тому числі з податку на прибуток	1136	274	477
з нарахованих доходів	1140	-	-
із внутрішніх розрахунків	1145	407572	224190
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1635	1496
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	288	235
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	288	235
Витрати майбутніх періодів	1170	292	289
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:		-	-
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом ІІ	1195	410085	226873
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	498258	328343

Продовження додатку А.5.1

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30866	30866
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	597	597
Емісійний дохід	1411	516	516
Накопичені курсові різниці	1412	81	81
Резервний капітал	1415	338	338
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	464754	4282473
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	496555	314274
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	10264
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви, у тому числі:	1530	-	-
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	-	-
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	-	-
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	-	-
Інвестиційні контракти;	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	10264
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	1440
за товари, роботи, послуги	1615	149	403
за розрахунками з бюджетом	1620	-	-
за у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
за розрахунками зі страхування	1625	-	-
за розрахунками з оплати праці	1630	3	14
за одержаними авансами	1635	-	-

за розрахунками з учасниками	1640	-	-
<i>Продовження додатку А.5.1</i>			
із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	1439	1776
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	112	172
Усього за розділом III	1695	1703	3805
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	498258	328343

Примітки

Керівник

Головний бухгалтер

д/н

Каліберов С.О.

Мар'єнко Н.М.

Додаток А.5.2

Підприємство

Приватне акціонерне
товариство
"Молочний Альянс"

(найменування)

Дата(рік, місяць,
число)за
ЄДРПОУ

КОДИ

2020 | 01 | 01

34480442

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2019 р.

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	7198	7814
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1400)	(838)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	5798	6976
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	60	893
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(44356)	(38871)
Витрати на збут	2150	(-)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(861)	(1848)
у тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(-)	(-)

Продовження додатку А.5.2

витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(-)	(-)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	-	-
збиток	2195	(39359)	(32850)
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	177332	433015
Інші доходи	2240	64	303
Дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	(148)	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	137889	400468
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(170)	(340)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	137719	400128
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	81
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	81
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	81
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	137719	400209

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1021	829
Витрати на оплату праці	2505	26777	22802
Відрахування на соціальні заходи	2510	5083	4294
Амортизація	2515	456	551
Інші операційні витрати	2520	11877	11875
Разом	2550	45214	40351

Продовження додатку А.5.2

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Примітки

д/н

Керівник

Каліберов С.О.

Головний бухгалтер

Мар'єнко Н.М.

Додаток Б. Формули та розрахунки аналізу фінансового стану підприємства

Додаток Б.1

Аналіз ліквідності підприємства

Поточна ліквідність = Оборотні активи / Поточні зобов'язання

Коефіцієнт швидкої ліквідності = (Сума оборотних активів - Сума запасів) /

Поточні зобов'язання

Коефіцієнт абсолютної ліквідності = Грошові кошти та їх еквіваленти / Поточні зобов'язання

Чистий оборотний капітал = Оборотні активи - Поточні зобов'язання

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства

Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності, концентрації власного капіталу) = Власний капітал / Сума балансу

Коефіцієнт фінансування = Позиковий капітал / Власний капітал; (Довгострокові зобов'язання + Поточні зобов'язання) / Власний капітал

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами = Власні оборотні кошти / Оборотні активи; (Власний капітал – Необоротні активи) / Оборотні активи

Коефіцієнт маневреності власного капіталу = Власний капітал / Оборотні активи

Аналіз ділової активності

Коефіцієнт оборотності активів = Чистий дохід від реалізації продукції / Середньорічний обсяг активів

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості = Чистий дохід від реалізації продукції / Середньорічна сума дебіторської заборгованості

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості = Чистий дохід від реалізації продукції / Середньорічна сума кредиторської заборгованості

Строк погашення дебіторської заборгованості, днів = Середньорічна сума дебіторської заборгованості / (Чистий дохід від реалізації продукції / 360)

Строк погашення кредиторської заборгованості, днів = Середньорічна сума кредиторської заборгованості / (Чистий дохід від реалізації продукції / 360)

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів = Чистий дохід від реалізації продукції / Середньорічна вартість запасів

Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача) = Чистий дохід від реалізації продукції / Середньорічна вартість основних засобів

Коефіцієнт оборотності власного капіталу = Чистий дохід від реалізації продукції / Середньорічна величина власного капіталу

Аналіз рентабельності

Коефіцієнт рентабельності активів = Чистий прибуток / Середньорічна сума активів

Продовження додатку Б.1

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу = Чистий прибуток / Середньорічна сума власного капіталу

Коефіцієнт рентабельності діяльності = Чистий прибуток / Чиста виручка від реалізації продукції (робіт, послуг)

Коефіцієнт рентабельності продукції = Прибуток від реалізації продукції / Собівартість реалізованої продукції

Аналіз майнового стану підприємства

Коефіцієнт зносу основних засобів = Знос основних засобів / Первісна вартість основних засобів

Коефіцієнт оновлення основних засобів = Вартість основних засобів, що надійшли у звітний період / Первісна вартість на кінець періоду

Коефіцієнт придатності основних засобів = (Залишкова вартість основних засобів / Первісна вартість основних засобів) або (1 – Коефіцієнт зносу)

Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства = Залишкова вартість основних засобів / Загальна вартість основних засобів

Розрахунки для аналізу фінансового стану підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Показники фінансового стану підприємства	Оптимальн е значення або напрям оптимізації	Фактичне значення				
		2015	2016	2017	2018	2019
<i>Аналіз фінансових результатів діяльності</i>						
<i>Аналіз ліквідності підприємства</i>						
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	>1	952/ 9619	351811/1 426	353885/1 617	410085/1 703	226873/3 805
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	(952- 8)/9619	(351811- 10)/ 1426	(353885- 15)/ 1617	(410085- 5)/1703	(226873- 12)/ 3805
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	334/ 9619	494/ 1426	501/ 1617	288/ 1703	235/ 3805
Чистий оборотний капітал, тис. грн	>0	952- 9619	351811- 1426	353885- 1617	410085- 1703	226873- 3805
<i>Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства</i>						
Коефіцієнт платоспроможності (автономії, фінансової стійкості)	>0,5	34681/ 44300	439762/ 441188	440464/ 442081	496555/ 498258	314274/ 328343
Коефіцієнт фінансування	<1	9619/ 34681	1426/ 439762	1617/ 440464	1703/ 496555	(10264+ 3805)/ 314274
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	>0,1	(34861- 43348)/9 52	(439762- 89377)/3 51811	(440464- 88196)/3 53885	(496555- 88173)/4 10085	(314274- 101470)/ 226873
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0	34861/ 952	439762/3 51811	440464/3 53885	496555/4 10085	314274/2 26873
<i>Аналіз ділової активності</i>						
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	3097/ ((44426+ 44300)/2)	3460/ ((44300+ 441188)/ 2)	4646/ ((441188 +442081) /2)	7814/ ((442081 +498258) /2)	7198/ ((498258 +328343) /2)
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	3097/((2 +2+2+22 +8388+1 4+8657)/ 2)	3460/((1 4+8657+ 42+8+5+ 31+129)/ 2)	4646/ ((42+8+5 +31+ 129+209 +12)/2)	7814/ ((209+ 12+149+ 3)/2)	7198/ ((149+31 440+ 403+14)/ 2)

Продовження додатку Б.2

Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	зменшення	$((7+328+80+92+130+331)/2)/(3097/360)$	$((92+130+331+624+35004+0+509)/2)/(3460/360)$	$((624+350040+509+4+820+350693+289+407572+1635+4+647+224190+1496)/2)/(4646/360)$	$((4+820+350693+289+407572+1635+4+647+224190+1496)/2)/(7814/360)$	$((4+289+407572+1635+4+647+224190+1496)/2)/(7198/360)$
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	зменшення	$((2+2+2+22+8388+14+8657)/2)/(3097/360)$	$((14+8657+42+8+5+31+129)/2)/(3460/360)$	$((42+8+5+31+129+209+12)/2)/(4646/360)$	$((209+12+149+3)/2)/(7814/360)$	$((149+3+1440+403+14)/2)/(7198/360)$
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	$3097/((8+8)/2)$	$3460/((8+10)/2)$	$4646/((10+15)/2)$	$7814/((15+5)/2)$	$7198/((5+12)/2)$
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	збільшення	$3097/((151+104)/2)$	$3460/((104+123)/2)$	$4646/((123+731)/2)$	$7814/((731+685)/2)$	$7198/((685+575)/2)$
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	$3097/((34575+34681)/2)$	$3460/((34681+439762)/2)$	$4646/((439762+40464)/2)$	$7814/((40464+96555)/2)$	$7198/((496555+14274)/2)$
Аналіз рентабельності						
Коефіцієнт рентабельності активів	збільшення	$106/((44426+44300)/2)$	$405081/(44300+441188)/2)$	$704/((441188+442081)/2)$	$400128/(442081+498258)/2)$	$137719/(498258+328343)/2)$
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	збільшення	$106/((34575+34681)/2)$	$405081/(34681+439762)/2)$	$704/((439762+440464)/2)$	$400128/(440464+496555)/2)$	$137719/(496555+314274)/2)$
Коефіцієнт рентабельності діяльності	збільшення	$106/3097$	$405081/460$	$704/4646$	$400128/814$	$137719/198$
Коефіцієнт рентабельності продукції	збільшення	$3097/736$	$3460/924$	$4646/913$	$7814/838$	$7198/1400$
Аналіз майнового стану підприємства						
Коефіцієнт зносу основних засобів	зменшення	$399/503$	$474/597$	$663/1394$	$812/1497$	$1035/1610$
Коефіцієнт оновлення основних засобів	збільшення	$(503-503)/503$	$(597-503)/597$	$(1394-597)/1394$	$(1497-1394)/1497$	$(1610-1497)/1610$
Коефіцієнт придатності основних засобів	> 0	$104/503$	$123/597$	$731/1394$	$685/1497$	$575/1610$
Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства	$> 0,3$	$104/44300$	$123/441188$	$731/442081$	$685/498258$	$575/328343$

Додаток В. Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в обраних для аналізу країнах

Додаток В.1

Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Нідерландах



Додаток В.2

Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Польщі



Додаток В.3

Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Словаччині



Додаток В.4

Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Румунії



Додаток Д. Розрахунки агрегованого показника стану бізнес-середовища країни

Додаток Д.1

Структура агрегованого показника оцінювання бізнес-середовища країни

Складова бізнес-середовища	Індикатор	Посилання на ресурс	Нідерланди	Польща	Словаччина	Румунія
S1 Макроекономічне середовище	1. макроекономічна стабільність	GCI	6,1	5,2	5,4	5,2
	2. розмір ринку	GCI	5,1	5,2	4,1	4,6
	3. монетарна свобода	IEF	82,5	82,0	75,9	78,1
S2 Ступінь економічного лібералізму	1. доступ до внутрішнього ринку	ETI	5,2	5,3	5,4	5,4
	2. доступ на зовнішні ринки	ETI	4,5	4,6	4,5	4,5
	3. ефективність ринку товарів	GCI	5,5	4,6	4,5	4,1
	4. фіскальна свобода	IEF	80,0	70,0	70,0	50,0
S3 Інституціональне середовище	1. ефективність урядової політики	GCI	5,8	3,7	3,3	3,6
	2. етика та корупція	GCI	5,9	3,6	2,8	3,0
	3. зловживання впливом	GCI	6,0	3,0	2,4	3,1
	4. приватні інститути	GCI	5,7	4,3	4,0	3,9
	5. ефективність і прозорість прикордонного управління	ETI	6,4	5,7	5,6	5,3
	6. право власності	IEF	90,0	63,1	73,1	72,5
S4 Підприємницьке середовище	1. діловий клімат	ETI	5,4	4,5	4,6	4,4
	2. конкурентоспроможність	GCI	5,7	4,1	4,2	3,5
	3. реєстрація підприємства	DB*	24	128	118	91
	4. реєстрація власності	DB*	30	92	8	46
	5. оподаткування	DB*	22	77	55	32
	6. написання контрактів	DB*	78	55	46	19

Продовження додатку Д.1

S5 Фінансово-інвестиційне середовище	1. розвиненість фінансового ринку	GCI	4,6	4,2	4,6	3,7
	2. отримання кредитів	DB*	119	37	48	25
	3. захист інвесторів	DB*	79	51	88	61
	4. свобода інвестицій	IEF	90,0	80,0	75,0	70,0
S6 Інфраструктурне середовище	1. наявність та якість транспортної інфраструктури	ETI	6,0	3,9	3,7	3,0
	2. наявність та якість транспортного сервісу	ETI	5,9	4,8	4,7	4,0
	3. наявність та використання ІКТ	ETI	6,5	5,3	5,4	4,6
	4. інфраструктура електрики та телефонії	GCI	6,5	5,5	5,2	4,6
	5. рівень технологічного розвитку	GCI	6,3	4,9	5,1	4,8
	6. Інноваційний потенціал	GCI	5,6	4,3	3,3	3,1
S7 Ринок праці	1. ефективність ринка праці	GCI	5,1	4,1	4,0	4,0
	2. вища освіта та профпідготовка	GCI	6,1	5,0	4,5	4,4
	3. свобода праці	IEF	60,2	62,0	52,6	63,0

GCI – індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index);

IEF – індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom);

ETI – індекс залучення країн світу до міжнародної торгівлі (Enabling Trade Index);

DB – індекс легкості ведення бізнесу (Doing Business).

DB* – для індексу легкості бізнесу вказано не значення, а місце в рейтингу.

**Співставлення показників для розрахунку агрегованого показника оцінювання
бізнес-середовища країни**

Складова бізнес- середовища	Індикатор	Посилання на ресурс	Нідерланди	Польща	Словаччина	Румунія
S1 Макроекономіч- не середовище	1. макроеконо- мічна стабільність	GCI	6,1	5,2	5,4	5,2
	2. розмір ринку	GCI	5,1	5,2	4,1	4,6
	3. монетарна свобода	IEF	5,8	5,7	5,3	5,5
S2 Ступінь економічного лібералізму	1. доступ до внутрішнього ринку	ETI	5,2	5,3	5,4	5,4
	2. доступ на зовнішні ринки	ETI	4,5	4,6	4,5	4,5
	3. ефективність ринку товарів	GCI	5,5	4,6	4,5	4,1
	4. фіскальна свобода	IEF	5,6	4,9	4,9	3,5
S3 Інституціональ- не середовище	1. ефективність урядової політики	GCI	5,8	3,7	3,3	3,6
	2. етика та корупція	GCI	5,9	3,6	2,8	3,0
	3. зловживання впливом	GCI	6,0	3,0	2,4	3,1
	4. приватні інститути	GCI	5,7	4,3	4,0	3,9
	5. ефективність і прозорість прикордонного управління	ETI	6,4	5,7	5,6	5,3
	6. право власності	IEF	6,3	4,4	5,1	5,1
S4 Підприємницьке середовище	1. діловий клімат	ETI	5,4	4,5	4,6	4,4
	2. конкуренто- спроможність	GCI	5,7	4,1	4,2	3,5
	3. реєстрація підприємства	DB	6,1	2,3	2,7	3,6
	4. реєстрація власності	DB	5,8	3,6	6,8	5,3
	5. оподаткуван- ня	DB	6,2	4,1	4,9	5,8
	6. написання контрактів	DB	4,1	4,9	5,3	6,4

Продовження додатку Д.2

S5 Фінансово-інвестиційне середовище	1. розвиненість фінансового ринку	GCI	4,6	4,2	4,6	3,7
	2. отримання кредитів	DB	2,6	5,6	5,2	6,1
	3. захист інвесторів	DB	4,0	5,1	3,7	4,7
	4. свобода інвестицій	IEF	6,3	5,6	5,0	4,9
S6 Інфраструктурне середовище	1. наявність та якість транспортної інфраструктури	ETI	6,0	3,9	3,7	3,0
	2. наявність та якість транспортного сервісу	ETI	5,9	4,8	4,7	4,0
	3. наявність та використання ІКТ	ETI	6,5	5,3	5,4	4,6
	4. інфраструктура електрики та телефонії	GCI	6,5	5,5	5,2	4,6
	5. рівень технологічного розвитку	GCI	6,3	4,9	5,1	4,8
	6. Інноваційний потенціал	GCI	5,6	4,3	3,3	3,1
S7 Ринок праці	1. ефективність ринку праці	GCI	5,1	4,1	4,0	4,0
	2. вища освіта та профпідготовка	GCI	6,1	5,0	4,5	4,4
	3. свобода праці	IEF	4,2	4,3	3,7	4,4

Співставлення показників проводилось на основі таб.Д.2.1 та таб.Д.2.2. таблиці наведені нижче.

Таблиця Д.2.1

Рекомендації для співставлення результатів оцінювання

Назва індексу	Діапазон оцінки індикатора за розрахунками міжнародних організацій (min-max)	Прийняте значення індикатора
Індекс глобальної конкурентоспроможності <i>The Global Competitiveness Index</i>	1...7	1...7
Індекс економічної свободи <i>Index of Economic Freedom</i>	0...100	Значення індикатора поділити на 14,29
Індекс залучення країн світу до міжнародної торгівлі <i>Enabling Trade Index</i>	1...7	1...7
Індекс легкості ведення бізнесу <i>Doing Business</i>	190..1 (місце в рейтингу)	Згідно таблиці Д.2.2

Таблиця Д.2.2

Шкала для співставлення методики Doing Business та розрахунку агрегованого показника сприятливості бізнес-середовища

Місце індикатора в рейтингу DB	Присвоєне значення	Місце індикатора в рейтингу DB	Присвоєне значення	Місце індикатора в рейтингу DB	Присвоєне значення
1-2	7,0	66-68	4,5	135-136	2,0
3-5	6,9	69-71	4,4	137-139	1,9
6-8	6,8	72-74	4,3	140-142	1,8
9-11	6,7	75-76	4,2	143-146	1,7
12-13	6,6	77-78	4,1	147-148	1,6
14-16	6,5	79-81	4,0	149-151	1,5
17-19	6,4	82-84	3,9	152-155	1,4
20-21	6,3	85-87	3,8	156-157	1,3
22-23	6,2	88-90	3,7	158-160	1,2
24-25	6,1	91-92	3,6	161-162	1,1
26-27	6,0	93-95	3,5	163-164	1,0
28-29	5,9	96-97	3,4	165-167	0,9
30-32	5,8	98-100	3,3	168-170	0,8
33-35	5,7	101-103	3,2	171-173	0,7
36-38	5,6	104-106	3,1	174-177	0,6
39-40	5,5	107-109	3,0	178-180	0,5
41-43	5,4	110-112	2,9	181-183	0,4
44-46	5,3	113-115	2,8	184-187	0,3
47-48	5,2	116-118	2,7	188-189	0,
49-51	5,1	119-121	2,6	190	0,1
52-54	5,0	122-123	2,5		
55-57	4,9	124-126	2,4		
58-60	4,8	127-129	2,3		
61-63	4,7	130-131	2,2		
64-65	4,6	132-134	2,1		

Розрахунок агрегованого показника стану бізнес-середовища країни

Країна	Розрахунок	Результат
Нідерланди	$1/7 * (1/3 * (6,1 + 5,1 + 5,8) + 1/4 * (5,2 + 4,5 + 5,5 + 5,6) + 1/6 * (5,8 + 5,9 + 6,0 + 5,7 + 6,4 + 6,3) + 1/6 * (5,4 + 5,7 + 6,1 + 5,8 + 6,2 + 4,1) + 1/4 * (4,6 + 2,6 + 4,0 + 6,3) + 1/6 * (6,0 + 5,9 + 6,5 + 6,5 + 6,3 + 5,6) + 1/3 * (5,1 + 6,1 + 4,2))$	5,44
Польща	$1/7 * (1/3 * (5,2 + 5,2 + 5,7) + 1/4 * (5,3 + 4,6 + 4,6 + 4,9) + 1/6 * (3,7 + 3,6 + 3,0 + 4,3 + 5,7 + 4,4) + 1/6 * (4,5 + 4,1 + 2,3 + 3,6 + 4,1 + 4,9) + 1/4 * (4,2 + 5,6 + 5,1 + 5,6) + 1/6 * (3,9 + 4,8 + 5,3 + 5,5 + 4,9 + 4,3) + 1/3 * (4,1 + 5,0 + 4,3))$	4,66
Словаччина	$1/7 * (1/3 * (5,4 + 4,1 + 5,3) + 1/4 * (5,4 + 4,5 + 4,5 + 4,9) + 1/6 * (3,3 + 2,8 + 2,4 + 4,0 + 5,6 + 5,1) + 1/6 * (4,6 + 4,2 + 2,7 + 6,8 + 4,9 + 5,3) + 1/4 * (4,6 + 5,2 + 3,7 + 5,0) + 1/6 * (3,7 + 4,7 + 5,4 + 5,2 + 5,1 + 3,3) + 1/3 * (4,0 + 4,5 + 3,7))$	4,52
Румунія	$1/7 * (1/3 * (5,2 + 4,6 + 5,5) + 1/4 * (5,4 + 4,5 + 4,1 + 3,5) + 1/6 * (3,6 + 3,0 + 3,1 + 3,9 + 5,3 + 5,1) + 1/6 * (4,4 + 3,5 + 3,6 + 5,3 + 5,8 + 6,4) + 1/4 * (3,7 + 6,1 + 4,7 + 4,9) + 1/6 * (3,0 + 4,0 + 4,6 + 4,6 + 4,8 + 3,1) + 1/3 * (4,0 + 4,4 + 4,4))$	4,49

**Додаток Е. формули та розрахунки вартості поставки сиру твердого вагового
«Топліні» на умовах FCA для Польщі та Словаччини**

Додаток Е.1

Кількість ящиків = Загальний обсяг товару (кг) / Вага одного ящика

Ефективність експорту = Валютний дохід / Затрати та виробництво та реалізацію продукції

Кількість ящиків = 2400 / 15 = 160 (шт)

Додаток Е.2

**Розрахунок вартості поставки сиру твердого вагового «Топліні» на
умовах FCA для Польщі та Словаччини**

Витрати	Польща (FCA Ягодин)		Словаччина (FCA Ужгород)	
	грн	дол. США*	грн	дол. США*
Обсяг (кг)	2400			
Митний тариф (%)	0**		0**	
Витрати на виробництво 1 кг сиру	42,2	1,5	42,2	1,5
Витрати на виробництво партії сиру	42,2*2400	1,5*2400	42,2*2400	1,5*2400
Упакування	17*160	0,6*160	17*160	0,6*160
Завантаження на транспорт перевізника	800	28,4	800	28,4
Доставка основному перевізнику	24,5*663	0,87*663	24,5*965	0,87*965
Експортне митне очищення	450	16	450	16
Прибуток від реалізації партії товару	(73,14*2400)- (43*2400)	(2,6*2400)- (1,5*2400)	(73,14*2400)- (43*2400)	(2,6*2400)- (1,5*2400)
Контрактна вартість	73,14*2400	2,6*2400	73,14*2400	2,6*2400
Контрактна вартість 1 кг. суниці	73,14	2,6	73,14	2,6
Ефективність експорту	(2,6*2400)/ 1,5*2400+0,6*160+28,4+0,87*663 16)		(2,6*2400)/ 1,5*2400+0,6*160+28,4+0,87*965+ 16)	

*курс долара – 28,13 грн./дол. США (обернений курс – 1грн = 0,36 дол. США)

**митний тариф дорівнює 0%, оскільки вивізного мита на молочну продукцію в Україні немає

У пункті «Доставка основному перевізнику» дана відстань від Пирятинського сирзаводу до митних пунктів пропуску Ягодин (663 км) та Ужгород (965 км).