

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту**

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Організація експорту олійних культур до країн Близького Сходу»
(на матеріалах Фермерського господарства «Сатурн 2020», Сумська обл.)

Студента 4 курсу, 4 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Вернигори
Дмитра
Анатолійовича

Науковий керівник
к.е.н.
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Ковальова
Марія
Леонідівна

Гарант освітньої
програми «Менеджмент»
зовнішньоекономічної діяльності»
К.е.н, доцент
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

П'янкова
Оксана
Василівна

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність менеджмент Спеціалізація / освітня програма менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Затверджую

Зав. кафедри міжнародного менеджменту

Т.М. Мельник

«__» _____ 20__ р.

Завдання на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентові
Вернигорі Дмитру Анатолійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. **Тема випускної кваліфікаційної роботи**

«Організації експорту олійних культур до країн Близького Сходу»

Затверджена наказом ректора від «20» грудня 2021 р. № 4205

2. **Строк здачі студентом закінченого роботи**

3. **Цільова установка та вихідні дані до роботи**

Мета роботи: дослідження основних організаційно-економічних аспектів, які надають можливість сформулювати стратегію зовнішньоекономічної діяльності на зовнішньому ринку та розроблення практичних рекомендацій щодо реалізації запропонованих стратегічних напрямів на досліджуваному підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес організації експорту олійних культур.

Предметом дослідження є механізм організації експорту олійних культур до країн Близького Сходу фермерським господарством "Сатурн 2020".

4. **Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом):**

ВСТУП

РОЗДІЛ I. ДОСЛІДЖЕННЯ СУБ'ЄКТА ЗЕД ФГ «САТУРН 2020»

Оцінка виробничо-господарської діяльності фінансового стану та структурного доходу ФГ «Сатурн 2020»

Аналіз експортної діяльності ФГ «Сатурн 2020»

РОЗДІЛ II. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА «САТУРН 2020»

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку олійних культур

2.2. Оцінка перспектив експорту олійних культур фермерського господарства «Сатурн 2020» до країн Близького Сходу

РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ОЛІЇ ДО КРАЇН БЛИЗЬКОГО СХОДУ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ФГ «Сатурн 2020» до країн Близького Сходу

3.2. Прогнозна оцінка результативності використання запропонованих перспектив

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1.	Затвердження плану випускної кваліфікаційної роботи з науковим керівником	До 11.02.2022	10.02.2022
2.	Подача науковому керівнику 1-го розділу	До 15.04.2022	15.04.2022
3.	Подача науковому керівнику 2-го розділу	До 01.05.2022	30.04.2022
4.	Подача науковому керівнику 3-го розділу	До 13.05.2022	13.05.2022
5.	Подача науковому керівнику доопрацьованої роботи	До 25.05.2022	24.05.2022
6.	Попередній захист	До 01.06.2022	01.06.2022
7.	Подача роботи завідувачу кафедри	До 03.06. 2022р.	03.06 2022р.
8.	Захист ВКР	Червень 2022р.	Червень 2022р.

6. Дата видачі завдання «20» грудня 2021р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Ковальова Марія Леонідівна

(прізвище, ініціали, підпис)

8. **Гарант освітньої програми**

П'янкова Оксана Василівна
(прізвище, ініціали, підпис)

9. **Завдання прийняв до виконання студент**

Вернигора Д.А.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. **Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи**

Випускна кваліфікаційна робота студента Вернигори Д.А. присвячена дослідженню організації експорту олійних культур до країн Близького Сходу ФГ «Сатурн 2020». Метою роботи є дослідження основних організаційно-економічних аспектів, які надають можливість сформулювати стратегію зовнішньоекономічної діяльності на зовнішньому ринку та розроблення практичних рекомендацій щодо реалізації запропонованих стратегічних напрямів на досліджуваному підприємстві. В розділі 1. студентом був проведений аналіз діяльності ФГ «Сатурн 2020» основних економіко-фінансових показників та імпортної діяльності. В 2-му розділі проведений аналіз олійних культур та обґрунтовано вибір країни контрагента. В розділі 3 на основі попередньо проведеного аналізу в розділі 1 та 2. подано алгоритм організаційного забезпечення здійснення експорту олійних культур ФГ «Сатурн 2020» до країн Близького Сходу та надані розрахунки результативності запропонованої операції. В цілому, мета роботи досягнута та студент Вернигора Д.А може бути рекомендований до захисту в ЕК.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. **Висновок про випускну кваліфікаційну роботу**

Випускна кваліфікаційна робота студента Вернигори Д.А може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20__ р.

АНОТАЦІЯ

Вернигора Д.А. «Організація експорту олійних культур до країн Близького Сходу» (за матеріалами ФГ «Сатурн 2020» м. Київ)». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації експортної поставки олійних культур до країн Близького Сходу, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку експорту олійних культур, обґрунтування вибору країн Близького Сходу як країни-контрагента для реалізації експортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо експорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності поставки олії до країн Близького Сходу.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, експорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, олія, країни Близького Сходу.

SUMMARY

Vernigora Dmitry Anatolyevich "Organization of export of oilseeds to the Middle East" (based on FG "Saturn 2020" Kyiv) ". Manuscript.

Graduation thesis in the specialty "Management" specialization "Management of foreign economic activity". Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The final qualifying work is devoted to practical aspects of the organization of export supply of oilseeds to the Middle East, which includes: study of the enterprise subject to foreign economic activity, analysis of the world market of oilseeds, justification of the Middle East, implementation of management decision

on exports through organizational support and forecast evaluation of the effectiveness of oil supplies to the Middle East.

Key words: subject of foreign economic activity, export, management decision, organizational support, oil, Middle East countries.



ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ I. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ФГ»САТУРН 2020»	10
1.1 Оцінка виробничо-господарської діяльності фінансового стану та структурного доходу ФГ «Сатурн 2020»	10
1.2 Аналіз експортної діяльності ФГ « Сатурн 2020»	22
РОЗДІЛ II. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА "САТУРН 2020"	31
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку олійних культур	31
2.2. Оцінка перспектив експорту олійних культур Фермерського господарства "Сатурн 2020" до країн близького сходу	37
РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ОЛІЇ ДО КРАЇН БЛИЗЬКОГО СХОДУ	41
3.1 Організаційне забезпечення здійснення експорту ФГ «Сатурн 2020 » до країн Близького Сходу	41
3.2 Прогнозна оцінка результативності використання запропонованих перспектив	45
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Актуальність теми. Міжнародний ринок надзвичайно великий, що створює значні можливості для бізнесу, але й висуває додаткові вимоги до управління зовнішньоекономічною діяльністю. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства потребує специфічного підходу до його планового розвитку. Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства характеризує економічні та фінансові аспекти його функціонування, представлено техніко-економічне обґрунтування конкретних заходів щодо підвищення ефективності діяльності, що свідчить про складність створення такого планового механізму та ефективності в умовах конкуренції.

В умовах глобалізації зовнішньоекономічна діяльність є важливою складовою еволюційного розвитку компанії. В економічній літературі тривалий час стверджується, що глобалізація є однією зі стратегій фірм, спрямованих на завоювання зовнішніх ринків. Щодо українських компаній, то, на жаль, у більшості випадків на початку ЗЕД рідко використовувалися стратегічні методи управління, які б забезпечували ефективний розвиток бізнесу на міжнародних зовнішніх ринках. Багато українських компаній, які вже працюють на зовнішніх ринках, постали перед питанням розширення чи скорочення зовнішньої торгівлі. Розв'язання цієї проблеми залежить від цілей, які поставила компанія на етапі маркетингу продукту, стратегія якого обрана в якості основної.

Метою даної роботи є дослідження основних організаційно-економічних аспектів, які надають можливість сформулювати стратегію зовнішньоекономічної діяльності на зовнішньому ринку та розроблення практичних рекомендацій щодо реалізації запропонованих стратегічних напрямів на досліджуваному підприємстві.

Досягнення даної мети потребує вирішення наступних **завдань**:

- Дослідити діяльність суб'єкта;
- Проаналізувати експортну діяльність досліджуваного суб'єкта;

- Проаналізувати специфіку вибору потенційного ринку для підприємства;
- Оцінити перспективи експортної діяльності зазначеного суб'єкта;
- Охарактеризувати реалізацію управлінського рішення щодо експорту.
- Смоделювати прогнозну оцінку експортного потенціалу суб'єкта.

Об'єктом дослідження є процес організації експорту олійних культур.

Предметом дослідження є механізм організації експорту олійних культур до країн Близького Сходу фермерським господарством "Сатурн 2020".

Інформаційну базу дослідження склали: економічна література і періодичні видання, аналітичні дані з різних напрямків діяльності малого підприємництва, матеріали органів державної статистики України, програми розвитку підприємства, рішення органів державної влади та місцевого самоврядування щодо малого підприємництва, а також результати досліджень, виконаних автором. У роботі використані статистичні та евристичні методи, порівняльний та техніко–економічний аналіз, узагальнення експертних оцінок.

Дослідженням здійснення зовнішньоекономічної діяльності та аспектів її здійснення, включаючи стратегію займались вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: Савицька О. М, Ляпіна К.М., Ляпін Д.В., Береславський С.М., І. Є. Вернера, О. А. Вишнеvsька, Нелеп В.М., Бойко А.В., Томпсон А. А та інші.

Результати дослідження можуть бути використанні підприємством агропромислового комплексу для підвищення ефективності введення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема ФГ «Сатурн 2020» для розробки стратегії виходу на нові ринки.

РОЗДІЛ І. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ФГ»СА- ТУРН 2020»

1.1 Оцінка виробничо-господарської діяльності фінансового стану та структурного доходу ФГ «Сатурн 2020»

Процес глобалізації зовнішньоекономічних зв'язків спричинив структурні зміни у національному економічному розвитку на основі формування та ефективного використання організаційно-економічних механізмів як на рівні світового та національного господарств, так і безпосередньо на рівні економіки держави. Ефективність існуючих моделей таких взаємовідносин залежить від нормативно-правових, кадрових, організаційно-економічних механізмів, ресурсного забезпечення та фінансово-регулятивних механізмів тощо. Світова економічна криза вразила не лише міжнародні ринки, а й національні економіки, що особливо негативно вплинуло на діяльність суб'єктів господарювання сектору зовнішньої економіки.

Важливим науково-методичним завданням у період поглиблення глобалізації є розробка ефективного організаційно-економічного механізму, спрямованого на нівелювання проблем, пов'язаних зі збільшенням усіх видів ресурсів для забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Такий спосіб може призвести до високої ефективності міжнародного ринку збуту та створить умови економічного розвитку економіки країни. З огляд на відносини ринку, що склалися на сьогодні в процесі інтеграції до Європи, забезпечення зовнішньої економіки залишається на чільному місці. І собі, системна організація економічного процесу буде ефективно забезпечена за умови активізації зовнішніх зв'язків.

У сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність підприємств стала важливою складовою національної стратегії економічного розвитку, а ефективність їх діяльності визначає геополітичну спрямованість економічної політики держави. Стає очевидною необхідність вивчення процесу формування та інтенсифікації ефективних механізмів зовнішньоекономічної діяльності як

особливого чинника сталого економічного розвитку держави та як специфічного показника ефективності зовнішньоекономічної діяльності експортно-імпортного бізнесу.

Участь компаній у зовнішньоекономічній діяльності дозволяє їм інтегруватися в глобальну економіку, а також використовувати переваги міжнародного поділу праці, що і собі відображається на показниках їх економічної діяльності [1, с. 68].

Вивчення науково-теоретичних, теоретико-методологічних та практичних особливостей зовнішньоекономічної діяльності компаній в умовах поглиблення європейської інтеграції потребує розробки та впровадження нових підходів до зовнішньоекономічної діяльності компаній в акцентуванні змін у зовнішньому середовищі та внутрішньому середовищі, реалізація довгострокових стратегій розвитку для отримання конкурентних переваг [2, с. 5-6].

Єдиного підходу до тлумачення поняття «зовнішньоекономічна діяльність» у нормативно-правовій базі цього виду діяльності вітчизняних компаній немає, наприклад, у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. [4] та у Господарському кодексі України [5] визначення не однорідні.

Під сучасним економічним лексиконом зовнішньоекономічна діяльність розуміється як сфера державної та корпоративної економічної діяльності, що тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, кредитами та інвестиціями за кордон, спільний проєкт з іншими країнами. Однак таке тлумачення є надто детальним, оскільки, наприклад, зовнішня торгівля є серією імпортно-експортних операцій, тоді як лізинг та інша зовнішня діяльність ігноруються.

У своїй роботі дослідники Гофман Н.Ф. та Маховікова Г.А. [3, с. 25] поглянути на це поняття крізь призму функцій компанії, яка здійснює господарську діяльність за кордоном. Слід зазначити, що зовнішньоекономічна діяльність компанії реалізується не лише на основі певних функцій компанії чи під-

приємства, пов'язаних зі співробітництвом з іноземними партнерами, а включає низку факторів, що діють на різних рівнях і мають загальний та національний характер або ж, наприклад, певні риси характеру, які повністю розкривають економічну сутність компанії.

Оскільки тематика нашої роботи розрахована на виробництво олійних культур та їх експорт до країн Близького Сходу, то на діаграмі наведено данні по динаміці вирощування соняшнику на теренах України та видобутку у млн тон.

Така динаміка як на рис 1.1 та зумовлена рівнем споживання олії на теренах України так і поза її межами, адже Україна є лідером серед країн світу серед експорту олії. Діаграму наведену нижче розроблено самостійно на основі даних з офіційних сайтів, в ній наведено динаміку споживання олії в Україні та світі.

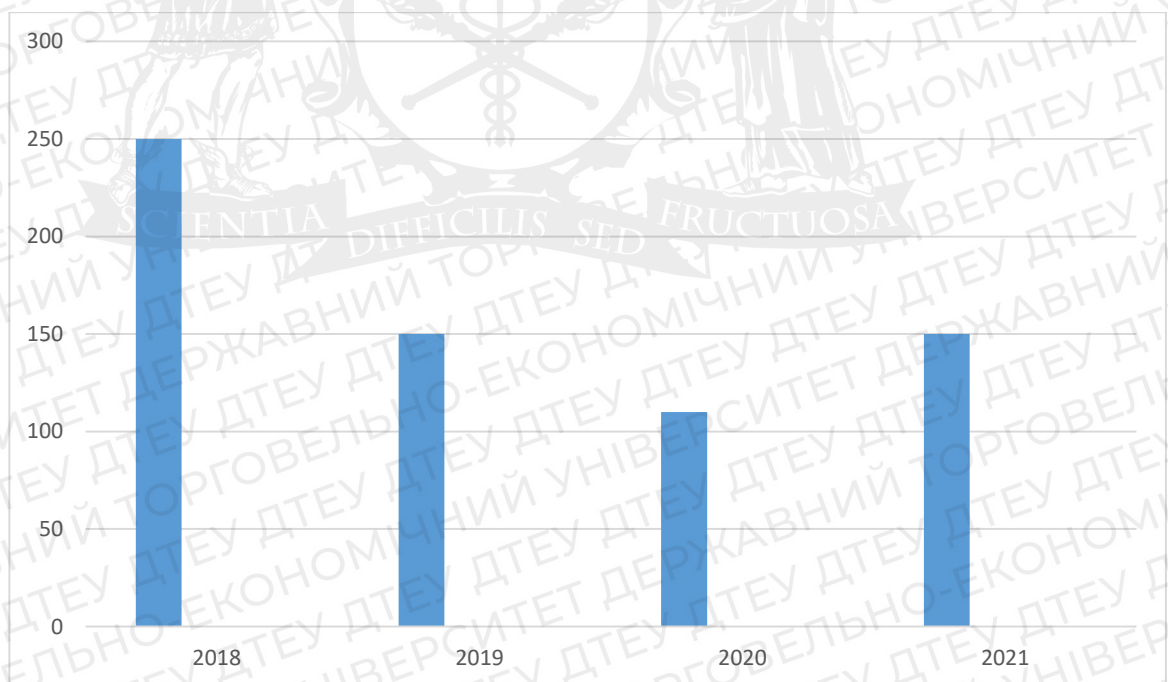


Рис. 1.1 Оцінка ефективності виробництва соняшнику в Україні

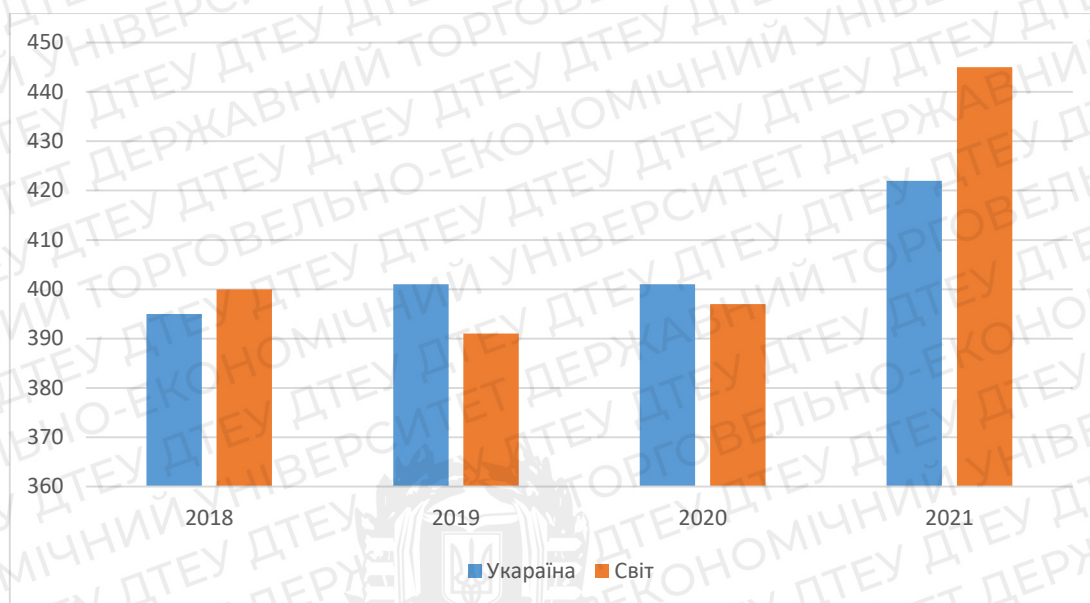


Рис. 1.2 Споживання соняшникової олії 2018-2021рр.

Світовий ринок олійної продукції швидко розвивається через зростання попиту на рослинні олії та жири, а також на використання олійної сировини для технічних цілей. За статистикою, за останні п'ять сезонів світове виробництво рослинних олій зросло на 25%, тоді як приріст обсягів зерна склав лише 8% [6]. Світове споживання олії має тенденцію до зростання. Минулого сезону потреба в олійних культурах перевищила 455 млн тонн, що на 20% більше, ніж у середньому за останні десять років (рис. 1.2) [6].

З огляду на те що внутрішньодержавний ринок насичений продукцією, досить активно розвивається зовнішня торгівля. Так на прикладі одного із фермерських господарств ми наведемо приклад рентабельності та актуальності провадження торгівлі на міждержавному рівнях. Фермерське господарство «Сатурн 2020» Проводить досить активну політику експортування продукції за кордон. На міжнародному ринку Україна є однією з найбільших країн експортерів олійно-жирового комплексу.

Наразі вважаємо за доцільне навести приклад ефективності вирощування олійних культур ФГ «Сатурн 2020». Оскільки вирощування олійних культур є не головною прерогативою ФГ «Сатурн 2020», то показники виробництва є досить низькі. Окрім вирощування зернових та технічних культур

ФГ займається: вантажоперевозками, оптової торгівлею тваринами, оптової торгівлею зерном, табаком та кормами для тварин. Приблизно 25% вирощування складають технічні культури серед яких є олійні.

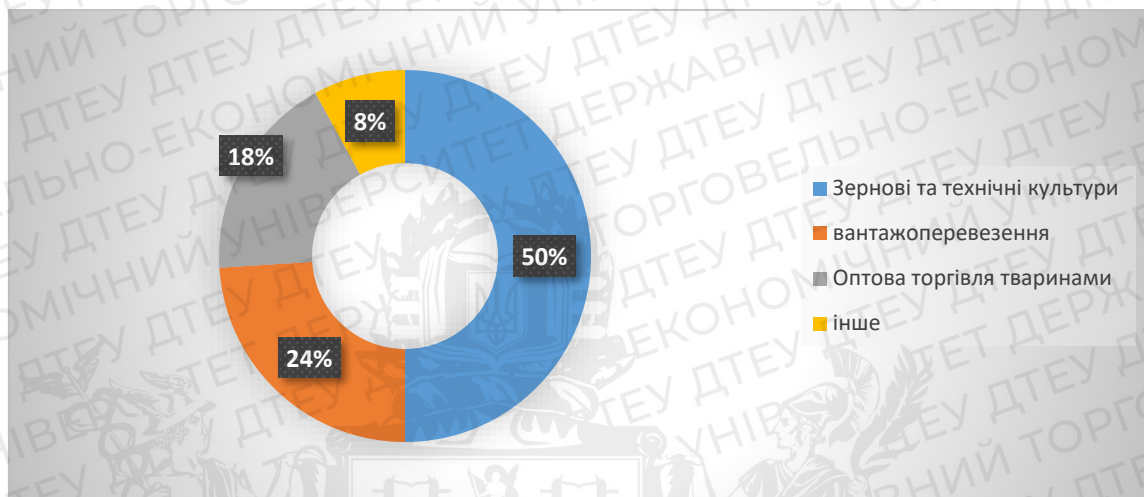


Рис. 1.3 Спектр вирощування ФГ «Сатурн 2020»

Оскільки дане фермерське господарство є досить давно на ринку торгівлі, то воно є одним із найбільших господарств в Сумській області. Через широкую діяльність фермерського господарства в ньому є налагоджені контакти з ринком збуту до країн Європи, а також до ринку країн Близького Сходу. За 28 років знаходження на ринку також у фермерського господарства є безліч партнерів та стала позиція з налагодженими маршрутами збуту продукції. Великий внесок у розвиток держави доклало фермерське господарство через сплату податків та зборів на суму близько 35 мільйонів гривень. У 2018 році загальний прибуток компанії склав 4,3 млрд грн, що на 55,1 % більше ніж роком раніше. Оскільки фермерське господарство є досить прибутковим а приймає активну участь в оподаткуванні країни то и маємо за доцільне дослідити більш детально виробничо-господарську діяльність.

Виробництво соняшнику в Україні має тенденцію до зростання: за останні три роки виробляли від 6,4 до 8,6 млн тонн соняшнику на рік. У 2018 році виробництво цієї культури у порівнянні з 2011 роком зросло на 62,9%, а за цей же період площі соняшнику зросли на 19,0% .

В таблиці зображено прогресію врожайності соняшника ФГ «Сатурн 2020» 2017-2021рр. Таблиця розроблена автором на основі даних Держстату.

Таблиця 1.1

Посівні площі, виробництво та урожайність ФГ «Сатурн 2020»

Показник	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Посівна площа га	760	780	800	820	840
Виробництво т/га	1140	1170	1200	1230	1260
Урожайність, ц/га	16	20	24	28	32

Отже з даної таблиці ми бачимо, що урожайність з полів фермерського господарства є досить гарною, тому з наприклад посівної площі у 760 га, станом на 2017рік, господарство отримало майже 1140 тон продукції за 1 га, а відтак процент урожайності є досить позитивним. Оскільки для області така урожайність є гарним показником та має змогу насичити ринок продукцією, то ФГ має свій ринок збуту на міждержавному рівні.

Грунт дуже мінливий, тому через кілька років його доцільно повернути на попередній склад. Однак фермери, які вирощують соняшник, часто нехтують потребами сільського господарства, щоб збільшити свої доходи за високих цін на цю культуру, що призводить до значного зниження врожайності та деградації ґрунту [7].

На нашу думку, розширення посівних площ соняшнику в останні роки пов'язане зі зростанням попиту на насіння цієї культури. З іншого боку, це свідчить про екстенсивну форму вирощування соняшнику в Україні в останні роки, яка не вважається раціональною з точки зору використання землі та рентабельності. Постановою Кабінету Міністрів України від 11 лютого 2010 р. № 164 затверджено нормативи оптимального співвідношення рослин у способах посадки соняшнику не менше ніж на 7 років [8]. Тому отримати високі валові роялті для покриття попиту на насіння соняшнику можливо лише за

умови підвищення врожайності культури. Необхідно впроваджувати інноваційні технології, які можуть підвищити врожайність соняшнику та складні врожаї.

З огляду на таку високу урожайність не слід виключати і процес виснаження ґрунтів, тому звісно левову частку виручених коштів витрачаються на підтримку ґрунтів в належному стані задля родючості ґрунтів. Ми знаємо, що соняшник дуже виснажує Ґрунт, чого не скажеш про ріпак, тому на рис. 1.5 наведено посівні площі продукції ФГ «Сатурн 2020». Отже найбільший процент вирощування фермерським господарством припадає на соняшник, наступним є ріпак і на останньому місці соя.

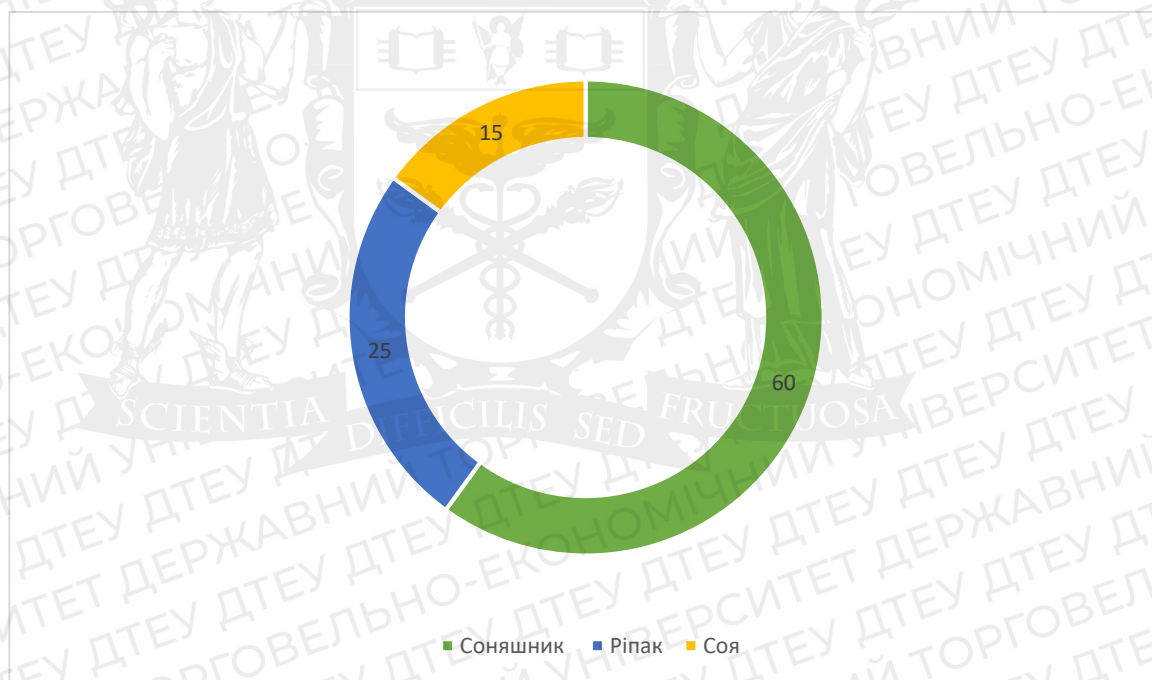


Рис.1.4 культури, які вирощує ФГ «Сатурн 2020»

Оскільки ФГ «Сатурн 2020» не є монополістом на цьому ринку і навіть у області то вважаємо потрібним провести оцінку діяльності за PEST- аналізом (Political, Economic, Social, Technological) - це такий аналіз, який здійснюється для підпиття підсумків у політичній, економічній, соціальній та технологічній сферах розвитку підприємства.

Таблиця 1.2

PEST- аналіз ринку

Економічні фактори	Політичні фактори	Соціальні фактори	Технологічні фактори
1. Очікуваний темп зростання ВВП	1. Антимонопольне та трудове законодавство	1. Відповідальне управління персоналом на робочому місці за умови відповідного рівня оплати праці	1. Високий рівень технологічного розвитку галузі, використання сучасних зарубіжних технологій
2. Зменшення рівня безробіття	2. Воєнні дії в країні	2. Вимоги до якості продукції помірно високі, культура споживача розвивається на відносно високому рівні	2. Відносно низькі витрати на дослідження та розробку нових проектів
3. Збільшення рівня життя та доходів населення	3. Податкове навантаження	3. Темпи приросту населення від'ємні через міграційні процеси та від'ємний природний приріст	3. Високий рівень інноваційно-технологічного розвитку галузі

З даних таблиці можна зрозуміти, що ситуація є досить стабільною та сприятливою для зайнятості в цій сфері.

Як показує практика, урожайність цієї культури в передових українських господарствах може становити 2,5-3,5 т/га вирощування, сприятливі кліматичні та природні умови та раціональне природокористування. За даними Держстату розраховано показники економічної ефективності виробництва та реалізації соняшнику в Україні [9].

Визначення фінансових результатів за двома показниками не є ефективним, тому ми пропонуємо використовувати додаткові фінансові показники, які по-різному характеризують фінансові результати птахівничих підприємств. Основним методом даного дослідження є кореляційно-регресійний аналіз, який полягає у визначенні зв'язку між результуючим показником та факторами, що впливають на нього. При аналізі торгового прибутку ми відстежуємо лінійну залежність торгового прибутку від ваших фінансових показників. Отже, щоб побудувати модель, вам потрібно вибрати лінійну регресію, яка має такий математичний вираз:

$$y_i = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_mx_m \quad (1)$$

де y_i – значення фінансового результату підприємства; a_m – параметри регресійної моделі; x_m – значення змінного фактора. Цей коефіцієнт характеризує міру впливу модельних факторів $x_1, x_2, \dots, x_m$ на обсяг чистого прибутку птахівничих підприємств [10, с. 208].

Уважаємо за потрібне проаналізувати виробничо-господарський стан на ринку олійно-жирного комплексу в Україні та діяльність ФГ на цьому ринку. Щоб належним чином оцінити діяльність ФГ потрібно провести аналіз його фінансових результатів за 2019-2021 рр. ці данні наведено в додатку А.

У період з 2019 р. по 2021 р., оборотні активи господарства мають характерний приріст, а саме: у 2020 р. порівняно із 2019 р вони зросли на 20 %, а якщо порівняти 2021 р та 2019 рр. , то на 60% . Ми можемо бачити активну тенденцію до зростання оборотних активів господарства. У динаміці капіталу просліджується активна динаміка зростання та вона є позитивною протягом 3

останніх років. З такою динамікою господарство не є залежним від кредиторів, а тому і має стабільний розвиток.

З огляду на це актуально провести аналіз активів та пасивів фермерського господарства.

Таблиця 1.3

Вертикальний аналіз активів ФГ «Сатурн 2020»

Показник, тис грн.	Період					
	2019		2020		2021	
	Тис, грн	%	Тис, грн	%	Тис, грн	%
Необоротні активи	1318207	72,4	1229296	67,9	1281973	56,9
Нематеріальні активи	436328	23	403974	21,9	409003	16,8
Основні засоби	7002543	38,1	612848	32,8	714840	30,9
Оборотні активи	429349	22,6	531519	28,2	892885	39,1
Запаси	58095	0,3	50666	0,3	49778	0,2
Заборгованість	73246	2,2	135776	5,7	118307	3,4
Еквівалент грошей	168454	7,6	331978	16,8	534838	22,6
Баланс	1747556	100	1761861	100	2175181	100

З аналізування активів та пасивів за даними таб. 1.3 можна дійти висновку, що в частці активів за останні 3 роки зросла оборотна частка, а ось необоротна частка зменшилась.

Для ефективної господарської діяльності потрібно проводити майнову оцінку для того щоб підприємство могло слідувати на показниках аналізу динаміки прибуття та вибуття надходжень .

Таблиця 1.4

Оцінка майнового стану ФГ « Сатурн 2020»

Показник	Період			Абсол.відх.		Відх. відхил.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	19/20	20/21	19/20	20/21
Первісна вартість	2446169	338706	6168938	940898	278187	38,46	82,13
Знос	1549422	175470	1968521	2052870	-	13,25	-12,19
	3	9	6		213812		
Надійшло	1493304	157530	1707898	819983	132596	5,49	8,42
	4	2	8		1		
Вибуло	1087361	124691	1712503	1595552	-	14,67	-37,34
	9	7	1		465586		

Щоб провести такий аналіз потрібно звернутися до такої формули за якої вираховується коефіцієнт ОЗ:

$$K_1 = \frac{\text{Знос}}{\text{Первинна вартість основних засобів}} \quad (1)$$

Коефіцієнт амортизації основних засобів показує суму фізичного та морального зносу основних засобів. Зниження значення показника є позитивним, що свідчить про посилення процесів оновлення основних фондів, що підвищує конкурентоспроможність підприємства.

Для ефективної діяльності та повноцінного аналізу підприємства потрібно не тільки вираховувати активи діяльності підприємства, а й тверезо оцінити ризики банкрутства. Тому в таблиці 1.5 наведено розрахунки даних для оцінки банкрутства.

Таблиця 1. 5

Аналіз ймовірності банкрутства ФГ «Сатурн 2020»

Показник	Період		
	2019	2020	2021
Власний капітал	1087361	1246917	1712503
Нерозподілений прибуток	1004334	1143909	1621708
Прибуток до виплати %	329429	419497	744145
Чистий дохід	1493304	1575302	1707898
Поточні зобов'язання	647106	493413	431592
Грошові надходження	168454	331978	534838
Валюта балансу	1747556	1761861	2175181
Чистий прибуток	244616	338706	616893
Виробничі запаси	5809	5066	4977
Середньорічна вартість активів	15494223	1754709	1968521,5
Виручка від реалізації товарної продукції	1493304	1575302	1707898
Всього активів	1747556	1760815	2174859

Для розрахунку найбільш доцільною, на нашу думку, є модель Альтмана Е., модель Терещенка О.О, та модель Спрігейта М. [11]. Все ж таки ми використали модель Альтмана Е.

$$Z = 0,717x_1 + 0,847x_2 + 3,107x_3 + 0,42x_4 + 0,995x_5, (2)$$

X1 – оборотний капітал/сума активів;

X2 – нерозподілений прибуток/сума активів;

X3 – прибуток до оподаткування/сума активів;

X4 – власний капітал/зобов'язання;

X5 – чистий дохід/сума активів.

Провівши дані обрахунки, отримали наступні значення коефіцієнтів X та показника Z:

Таблиця 1.6

Аналіз ймовірності банкрутства ФГ «Сатурн 2020» 2019-2021рр.

Коефіцієнт	Період		
	2019р.	2020р.	2021р.
X1	0,61	0,7	0,78
X2	0,56	0,64	0,74
X3	0,18	0,23	0,33
X4	1,67	2,52	3,96
X5	0,84	0,88	0,78
Z	2,07	2,75	3,71

З огляду на такі данні можна дійти висновку, що фермерське господарство «Сатурн 2020» має гарну тенденцію до розвитку. Також за даними з таблиць ми дійшли висновку, що модель розрахунку є ефективною адже вона використовується на кожному підприємстві.

Також у Додатку А наведено частину із всього обсягу із книги обліку витрат та доходів ФГ «Сатурн 2020».

1.2 Аналіз експортної діяльності ФГ «Сатурн 2020»

У 2017 р. Уряд України затвердив Експортну стратегію України (Постанова Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 р. № 1017-р про затвердження Експортної стратегії України «Дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі України на 2017-2021 роки»[12], аналіз сучасного стану експортної

діяльності України, завданням державної політики у зовнішній торгівлі є створення ефективної системи підтримки експорту, яка гарантує сталий розвиток та досягнення державних цілей, диверсифікація поставок та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняна продукція на ринках іноземців шляхом ефективного використання можливостей економічного, правового та політичного впливу на бізнес, які не заохочують українські компанії розвивати інновації та не сприяють диверсифікації економіки. Як наслідок, структура експортного кошика складається з невеликої кількості товарів з відносно низькою доданою вартістю, а наявні ресурси, особливо потенціал висококваліфікованих кадрів, використовуються не повністю. Для цього планується:

- зміцнити загальну інституційну базу для стимулювання інновацій;
- посилення інноваційного потенціалу компаній;
- удосконалення правової та економічної бази торгівлі.

Розвиток підтримки бізнесу та бізнес-сервісів, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, особливо малих і середніх.

Сьогодні українські компанії стикаються з багатьма перешкодами у своїй господарській діяльності за кордоном через недостатній рівень якості послуг з підтримки бізнесу, доступних для компаній. Центральні органи виконавчої влади, установи та організації, відповідальні за розвиток міжнародної торгівлі, повинні утворювати єдину цілісну систему, мати дієвий механізм координації своєї діяльності та надавати суб'єктам господарювання, у тому числі малому та середньому, широкий спектр необхідних послуг. за успіх у роботі на зовнішніх ринках. Ці послуги мають включати розповсюдження інформації про поточні умови та можливості виходу на нові ринки, консультації щодо визначення зовнішнього попиту на товари (будівельні роботи, послуги) та практичні рекомендації щодо вдосконалення продукції з метою підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Ключовим елементом цього стратегічного завдання є покращення існуючої інфраструктури підтримки бізнесу, а також розробка ефективних фінансових рішень для компаній та спрощення бізнес-процесу.

Сектори, на які поширюється цей критерій, повинні забезпечити «ефект тягара на інші сектори», зокрема збільшити пропозицію з проміжних секторів, секторів з потенціалом розвитку для малих та середніх підприємств. Враховуючи динаміку та структуру світової економіки, важливо підтримувати економічні сектори, які розвиваються у всьому світі і які можуть стати двигуном зростання в найближчі роки, а також інші фактори, такі як створення робочих місць, національні інвестиції та іноземні, наявність порівняльних переваг країни та потенціал для інтеграції в глобальні ланцюги вартості. За цими критеріями було обрано наступні перспективні галузі економіки.

Щоб зрозуміти природу експортної діяльності підприємства, необхідно з'ясувати, що змушує підприємства виходити на зовнішні ринки, тобто причини початку експортної діяльності промислових компаній. Причинами початку експорту, за словами Кузьміна О.Є., є:

- створення позитивного іміджу підприємства на внутрішньому ринку;
- розширення ринків для збільшення очікуваної віддачі;
- перерозподіл ринку, що призводить компанію до пошуку нових партнерів за межами місцевого ринку;
- реструктуризація бізнесу [13, с. 173-174].

Ліпич Л.Г. та Фатенок-Ткачук А.О. у своїх документах вказують на наявність причин, які ставлять під сумнів рентабельність експортних операцій компанії. [14, С. 147]. Узагальнення досліджень вітчизняних та зарубіжних дослідників допомагає виявити основні мотиви та причини, що викликають сумніви щодо рентабельності експортної діяльності. У таб.1.2 рентабельність вирощування соняшника задля експортної діяльності, висвітлено те що у 2020р процент вирощування та експорту виріс у порівнянні з 2019 р. Дані взяті лише по рентабельності вирощування соняшника на прикладі ФГ « Сатурн 2020»

Таблиця 1.7.

Рентабельність вирощування соняшника ФГ «Сатурн 2020»

Рентабельність вирощування соняшника	Процент зростання
2019 р.	23,5 %
2020 р.	29 %
2021р	35,5 %

Важливо усвідомлювати, що промисловці повинні бути добре підготовлені до вигоди при плануванні експорту. При дослідженні експортної діяльності підприємств А. Голятко виділяє такі основні умови впровадження експорту [15, с. 18-20]:

1. Наявність кваліфікованих кадрів. Підприємство має підбирати персонал, який спеціалізується на взаємодії із зовнішніми ринками. Крім того, компанія повинна проаналізувати готовність виробничого персоналу змінити виробничий процес, від збільшення виробництва до здатності швидко вносити зміни в існуючу продукцію на основі потреб клієнтів або вводити новий продукт.
2. Здатність підприємства нарощувати виробництво, покращувати якість та розширювати асортимент.
3. Наявність значних фінансових ресурсів.

Враховуючи, що експортний бізнес передбачає високі фінансові витрати на всіх етапах, від кадрової політики компанії до рекламних бюджетів, важливо, щоб керівники підприємств розглядали варіанти фінансування витрат, пов'язаних з експортом. Дж. Гессель і А. Стель виходять із принципу, що компанії, які хочуть почати експорт, повинні мати необхідні конкурентні переваги, такі як специфічні ресурси та можливості для інновацій, оскільки вони повинні адаптувати свою продукцію та послуги до потреб зовнішніх ринків. Він вважає, що перед виходом на зовнішні ринки компанії повинні мати ці ре-

сурси та можливості. Відповідно до цієї гіпотези, наявність ресурсів є важливим елементом отримання компанією конкурентних переваг, які передують можливості компанії проникнути на зовнішні ринки [16 с 259].

Експортна діяльність, безсумнівно, позитивно впливає на результати діяльності компаній-експортерів, як і твердження, що результати діяльності компаній-експортерів загалом кращі за аналогічні показники компаній-неекспортерів. Промислові підприємства можуть досягти наступних переваг завдяки експортній діяльності [17 с. 41-42]. Завдяки різному конкурентному середовищу на зовнішньому та внутрішньому ринку виробник може вигідніше продавати свою продукцію тут, високий обсяг продажів за кордон, що робить вітчизняних виробників менш залежними від внутрішньої економічної ситуації, зниження виробничих витрат у поєднанні з покриттям будь-яких постійних витрат шляхом виготовлення кількох виробів, підвищення ефективності завдяки досвіду, отриманому у виробництві велико-серійної продукції- усе це робить експортний ринок привабливим.

На основі аналізу наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників ми визначили сутність поняття «експортний бізнес компаній» та виявили, що це тривалий системний процес, що складається з певних етапів, у тому числі підготовка компанії на експорт, адаптація до потреб потенційного ринку, фактичних продажів і експорту, з певними економічними наслідками. Крім того, в рамках системного підходу до вивчення теоретичних аспектів експортної діяльності компаній нами визначено основні причини, припущення та наслідки експортної діяльності. Сьогодні методологічні підходи до оцінки експортної діяльності компаній є важливими й можуть стати предметом подальшого обговорення та дослідження.

З огляду на вищезазначене буде актуальним навести данні про економічні показники рентабельності вирощування для підприємств та фермерських господарств і в тому числі ФГ «Сатурн 2020» соняшника (таб. 1.8).

Таблиця 1.8

**Показники економічної ефективності вирощування соняшника
ФГ « Сатурн 2020»**

Показник	Соняшник, урожайність	
Ціна, грн/т.	8800	8800
Вартість, грн/т.	19 360	26400
Витрати, грн/т.	10040	12120
Прибуток, грн/т.	9320	14280
Рентабельність, %	93	118

Ефективність експорту товарів визначається економіко статистичними методами. Найбільш прийнятним з них здаються методи зіставлення виручки-нетто до повних витрат підприємства на експорт, які включають витрати на виробництво і реалізацію продукції. На неї впливають такі фактори як експортна ціна, обсяги реалізованої продукції, рівень накладних витрат, собівартість одиниці товару. показник економічної ефективності експорту розраховується за формулою [18]:

$$E = \frac{B}{3} = \frac{(O \cdot C)}{(O \cdot C + H)}, \quad (3)$$

де E - показник економічної ефективності експорту, %;

B - виручка від реалізації товарів, грн.;

O - обсяг продажів кабелю за рік;

C - середня ціна кабелю, грн.;

H - собівартість кабелю, грн.;

N - накладні витрати, грн.

Розрахуємо показник ефективності експорту за 2019-2021 рр. Складові ефективності експорту представимо у вигляді таблиці (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Розрахунок ефективності експорту ФГ «Сатурн 2020» за 2019-2021 рр.

	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Обсяг продажів за рік	17 788	11945	13584
Середня ціна	254717	310374	300501
Собівартість	222264	306561	289999
Виручка від реалізації	362604320	510781271	622473039
Накладні витрати	350503075	498115846	619988273
Ефективність експорту	105	88	89

Отже з огляду на данні зазначені у цьому розділі роботи вирощування соняшника за-для експортування за кордон є досить прибутковою та рентабельною справою, оскільки попит на споживання соняшникової олії з кожним роком зростає.

Сумська область має досить потужний потенціал до вирощування продукції олійно-жирового комплексу. За структурою тільки 11,2 % експорту відправляється до країн колишнього СНД, та 31,8 % до Європи, 32, 8 % – країн Азії, 13, 6 % – країн Близького Сходу (таб. 1.10).

Таблиця 1.10

Видова структура зовнішньоекономічної експортної діяльності ФГ «Сатурн 2020» за 2020-2021 рр.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності області:	2020	2021
експортери товарів	1233	1203
Географія експорту, %:		
країни колишнього СНД	11,2	11,7
країни ЄС	31,8	34,6
країни Азії	32,8	27,8
країни Близького Сходу	13,6	14,2
Структура експорту, %:		
продукти рослинного походження	1,5	1,4
жири та олії тваринного або рослинного походження	3,9	3,5
машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання,	1,5	1,3
Обсяг зовнішньоторговельного обороту, млн. дол. США:		
усього	4860,9	5545,8

З огляду на вищезазначені наведенні дані у таб .1.9 та таб 1.10 можна зробити висновок, що підприємство є досить прибутковим, та за новим роком зростає як виробництво продукції, так і її експортний потенціал. Ринок збуту для ФГ «Сатурн 2020» є досить обширний, тому з кожним роком експортний потенціал господарства зростає. Так на прикладі одного із ринків збуту, а саме країн Близького Сходу ми зробили розрахунок у сфері безпеки та рентабельності вибору саме цього ринку.

У таблиці 1.11 наведено данні з отримання чистого прибутку від продажу та експорту олійних культур.

Таблиця 1.11

Динаміка чистих доходів за видовою структурою зовнішньоекономічних операцій ФГ «Сатурн 2020»

Вид перевезень вантажів	2019	2020	2021	Ланцюгові темпи		
	тис. грн.			зростання, %		
				2019	2020	2021
Експорт ріпакової олії	1662	1888	3192	13,66	69,06	26,41
Експорт соняшникової олії	2212	2461	4176	11,25	69,66	31,73
Експорт сої	1601	1822	3313	13,90	81,77	28,65
Чистий дохід від ЗЕД	8747	9167	9737	4,7	6,21	59,5

Ми бачимо що в таб. 1.11, що найбільший прибуток від експортування отримано із соняшникової олії, а найменше від сої.

РОЗДІЛ II. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР ФЕР- МЕРСКОГО ГОСПОДАРСТВА "САТУРН 2020"

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку олійних культур

Підприємство є ефективним, коли вироблені ним товари або послуги, які він надає, матимуть попит на ринку, а задоволення відповідних потреб споживачів шляхом придбання товарів чи послуг буде вигідним для бізнесу. Проте майже немає компаній, які виробляють і пропонують лише один вид продукції. Деякі підприємства обмежують свою діяльність виробництвом і реалізацією одного товару, але одна або кілька груп товарів супроводжують основне виробництво. Сукупність дій, які використовують один або кілька активів як основних інструментів виробничо-збутової діяльності компанії, називають товарною маркетинговою політикою [19, с. 113].

Однією з головних складових товарної маркетингової політики є управління асортиментами, тобто динамічне складання затребуваних ринком товарних ліній і забезпечення безперебійної роботи підприємства в довгостроковій перспективі [20, с. 149]. Визначаючи політику щодо асортименту продукції, компанії повинні враховувати багато особливостей, пов'язаних із їхньою спеціалізацією та позиціонуванням. Рекомендації маркетологів щодо оптимізації асортименту багато в чому залежать від виду діяльності конкретних компаній.

Кожне підприємство, враховуючи свою специфіку, ситуацію на ринку сировини та конкурентне середовище, самостійно розв'язувати асортиментні питання в рамках товарної політики. Ф. Котлер стверджує, що сфера застосування дуже вузька, якщо ви можете збільшити свій прибуток, додаючи нові продукти, і дуже широка, якщо ви можете збільшити свій прибуток, зменшуючи їх.

Для України важливий досвід таких країн, як Нідерланди та Франція, де в структурі експорту сільськогосподарської продукції переважає не сировина,

а продукти високої обробки. Наприклад, Нідерланди з обмеженими ресурсними ресурсами (лише 1,9 млн га сільськогосподарських угідь, більшість із яких — польдерні) імпортують зерно, сою, ячмінь, пшеницю, соняшник, ріпак тощо на суму близько 6 млрд доларів. щорічно. Сполучені Штати виробляють та експортують молочних та м'ясних продуктів на суму понад 28 мільярдів доларів США. Доцільно не скорочувати, а розширювати асортимент експортованої продукції шляхом збільшення частки високо оброблених харчових продуктів [21].

Крім того, стрімке зростання світового попиту на органічну продукцію та сприятливі природно-економічні умови для її виробництва в Україні свідчать про те, що перспективним напрямком розвитку української агрокультури та збільшення його експортного потенціалу є виробництво продукції біологічно чистого гатунку [22; 23].

Олійні культури, такі як ріпак, соняшник, соя та льон, вирощуються на понад 11 мільйонах гектарів для виробництва харчової продукції, кормів, палива та сільськогосподарських культур промислового призначення. Переробка олійних культур забезпечує рослинну олія та борошно. Рослинна олія використовується в харчовій промисловості та у виробництві біодизеля, а також у багатьох інших промислових цілях.

Директива про відновлювані джерела енергії запровадила обов'язкове використання біопалива до 2020 року, що заохочує до більшого використання рослинних олій у як на території України, так і наприклад у ЄС та країнах близького сходу. В результаті вітчизняний видобуток нафти за останні роки значно зріс, хоча наразі немає конкретних державних заходів для підтримки видобутку нафти [24].

FEDIOL – це організація, яка представляє інтереси виробників рослинної олії та білкового борошна в європейських та міжнародних установах, міжнародних організаціях та в переговорах із зацікавленими сторонами, такими як постачальники, клієнти та громадянське суспільство, для забезпечення сприятливих умов ведення бізнесу [25].

Відповідно до класифікатора видів економічної діяльності олійно-жирову промисловість України виділяють в окрему групу, до якої входять:

- виробництво олії та жирів;
- виробництво рафінованих олій і жирів;
- виробництво маргарину [26, с 53].

Українську олійно-жирову галузь представляють філії Асоціації «Укроліяпром», яка створена як добровільне об'єднання олійно-жирових компаній з метою координації діяльності та взаємної підтримки їхніх членів при організаційно-технічних та інших ліквідаціях. Сьогодні «Укроліяпром» налічує 36 учасників. Це найбільші олійно-жирові компанії в Україні, діяльність яких охоплює понад 90% національного виробництва рослинної олії, 81,4% виробництва маргарину та близько 40% виробництва майонезу, Інститут олійно-жирового наукового центру України Національного університету ім. Науки про життя та довкілля, Інформаційно-аналітичний центр «АПК-Інформ» та ТОВ «Експертагро», а також низку невеликих компаній, діяльність яких пов'язана з виробництвом продуктів на жировій основі.

З 1 січня 2011 року в Україні функціонують олійні заводи за даними асоціації Укроліяпром становить 10,3 млн тон. Обсяги виробництва рослинної олії повністю відповідають потребам внутрішнього ринку та забезпечують поставки на зовнішні ринки. Із загального виробництва рослинних олій 98% становить соняшникова олія і лише 2% соєва, рапсова, лляна та інші олії. Частка України у світовому виробництві соняшникової олії становить близько 25% у 2009/10 маркетинговому році [27]. За цей період українські фабрики виробили майже 3 млн тон соняшникової олії, а внутрішнє споживання соняшникової олії становило 434 тис. тон. Річна потреба в соняшковій олії в Україні становить 400-450 тис. тон.

З огляду на вищезазначене доцільно б було зобразити динаміку вирощування соняшникових культур у період останніх 5ти років. (дані розроблено

самостійно на основі інфографічного матеріалу з офіційних державних сайтів з тематики агрокультурних посівних кампаній).

На рисунку 2.1 Динаміка вирощування соняшника в Україні 2017-2021 рр. – зображено динаміку вирощування соняшника на теренах України. З даних діаграм ми можемо зрозуміти, що за період з 2017 р. по 2021 р. виробництво та площа посівної соняшника збільшилася. Виключення становить 2019 р., коли площа та виробництво трішки зменшилось. Наразі гостроактуальними є питання посівної площі та збору урожаю станом на 2022 р., оскільки площа, яка розрахована на посівну для вирощення олійних культур та соняшника, значно зменшилась через воєнні дії та стан на теренах України. Така ситуація значно гостро може мати своє відображення на виробітку соняшникової олії та експортній політиці держави, а також на світовому ринку олійних культур.

Також актуально було б зазначити країни-лідери виробники соняшникової культури за останні 3 роки. Ми вирішили зупинись на 5 світових лідерах. З даних рисунку 2.2 ТОП 5 країн-виробників соняшника 2019-2021 рр., можна провести аналіз в якому чітко видно, що Україна протягом останніх років посіла місце лідера, тобто перше місце, за виробництвом соняшникових культур. Як би сумно не було проте в рейтинг країн-лідерів на другому місці опинилася Росія. На третьому місці опинилась Аргентина. Просимо зазначити, що в 2019 році, Румунія мала 4 місце з виробництва соняшника проте втратила своїх лаври та посіла у 2021 році п'яте місце. А ось Китай займає четверте місце. Ми можемо припустити, що світова пандемія мала вплив і на виробництво соняшника в країнах.

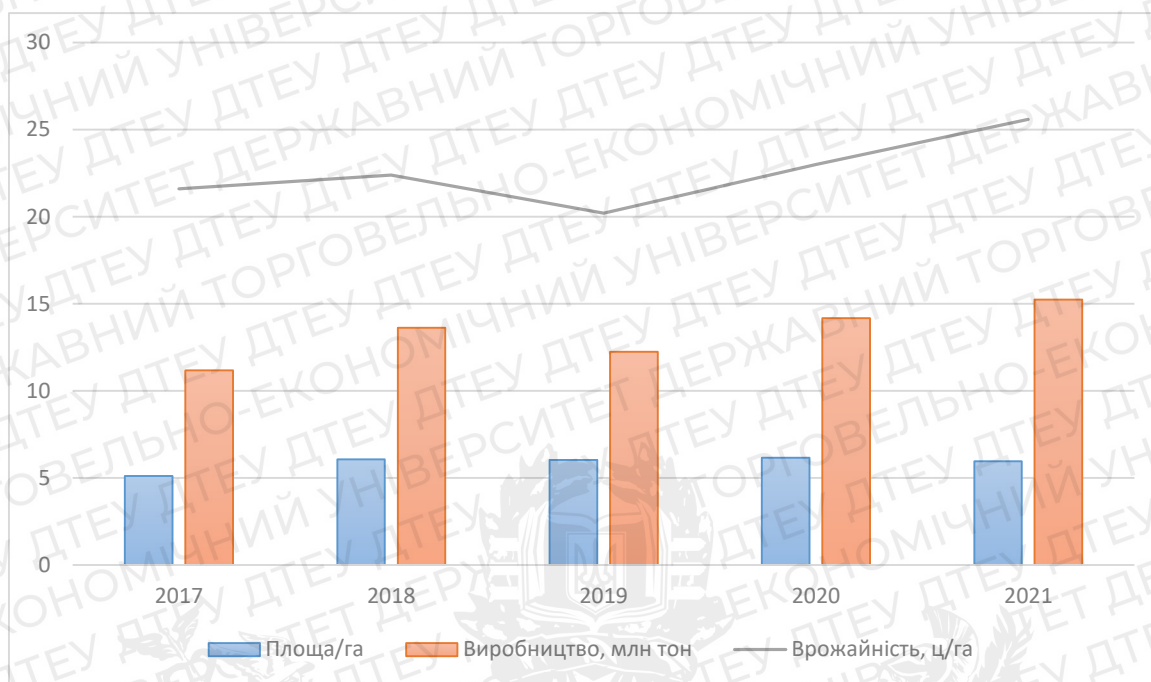


Рис. 2.1 Динаміка вирощування соняшника в Україні 2017-2021 рр.

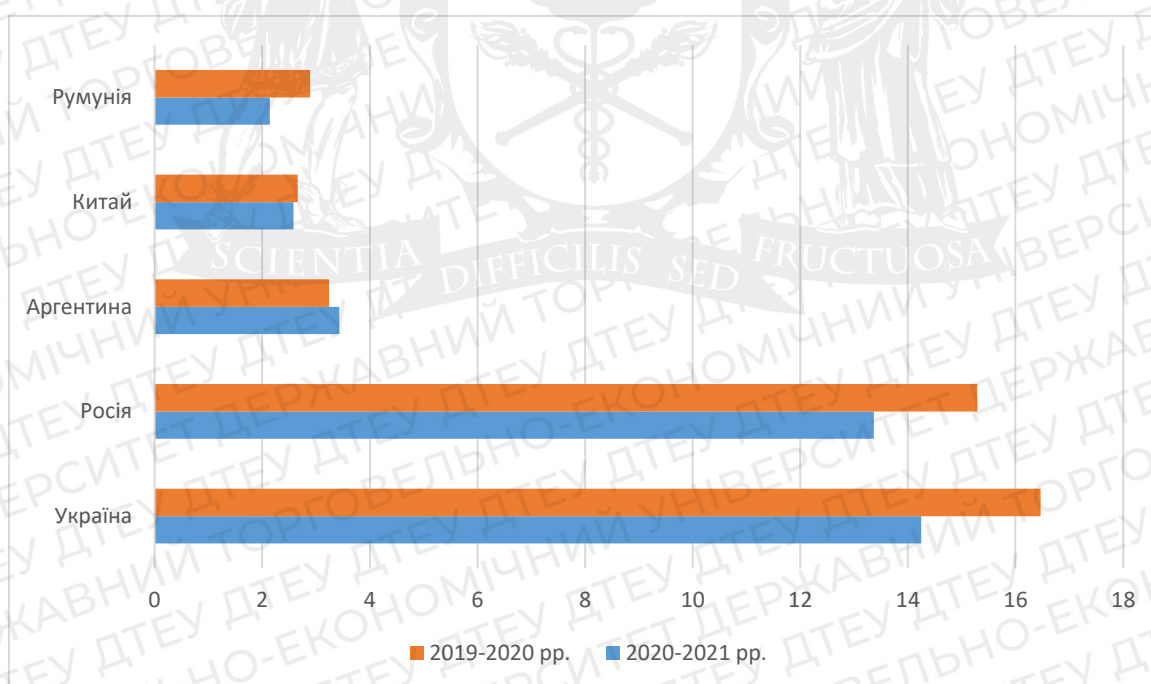


Рис. 2.2 ТОП 5 країн-виробників соняшника 2019-2021 рр.

Також на нашу думку актуально проаналізувати дані експорту соняшника за останні 10 посівних сезонів. За останніми даними USDA, за десять сезонів — з 2011/12 до 2021/22 МР — загальний обсяг торгівлі соняшником збільшився більш ніж у півтора рази. У цьому сезоні обсяги світової торгівлі зменшаться через скорочення експорту соняшнику з України, росії та Казахстану. Згідно квітневого звіту USDA експорт насіння соняшнику очікується в обсязі 2,55 млн т (3,1 млн у березневому звіті), що на 13% менше за сезон 2020/21.

Аналіз ефективності та динаміки розвитку зовнішньої торгівлі будь-якої країни здійснюється за допомогою знаходження показників, які здатні проілюструвати економічну ситуацію країни. Одними із головних показників є експорт, імпорт та торговельне сальдо. За останні 3 роки, тобто з 2019 по 2021 рр. та за I квартал 202 року, показники змінювались та не завжди демонстрували стабільність. Дані за ці роки наведені в таблиці 2.1 Показники експорту, імпорту, торговельного сальдо та зовнішньоторговельного обороту України за 2019-2021 та I квартал 202 рр.(млн. дол. США) данні взяті із офіційного сайту Держстату.

Таблиця 2.1

Показники експорту, імпорту, торговельного сальдо та зовнішньоторговельного обороту України за 2019-2021 рр. та I квартал 2022 р. (млн. дол. США)

Насіння і плоди олійних рослин	тис.дол. США	у % до минулого року	у % до загального обсягу
2019 р.	2563242,3	131,2	5,1
2020р.	1842430,9	71,9	3,7
2021 р.	2435156,5	132,2	18,1
2022 р.	270335,7	147,5	1,9

Джерело: [28-31]

2.2. Оцінка перспектив експорту олійних культур Фермерського господарства "Сатурн 2020" до країн близького сходу

Якщо охарактеризувати Фермерське Господарство «Сатурн- 2020» та звернути увагу на багатий досвід робіт у сфері видобутку сільськогосподарської продукції, то можна зрозуміти, що даного господарства є великий досвід роботи протягом 29 років на ринку України. Отже на нашу думку при характеризованні фермерського господарства буде актуально дослідити ринки збуту продукції та попит на міжнародному ринку. Загалом хотілося б почати аналіз із ринку експортної продукції України та показники за останні роки діяльності.

Також за останні 6 років в період з 2016 по 2021 рр. проаналізована середню врожайність соняшника 2016 рік — 2,5 т/га; 2017 рік — 2,2 т/га; 2018 рік — 2,4 т/га; 2019 рік — 2,6 т/га. 2020 рік — 2,06 т/га; 2021 рік (станом на 21 жовтня) — 2,36 т/га.

Оскільки темою даної роботи є експорт продукції на ринок близького сходу то ми вирішили зазначити таку цікаву інфографіку. На додатку А видно товарообіг між Україною та ОАЕ станом на 2010-2020 рр., зображено приріст товарообігу України на ринку ОАЕ [32].

На додатку А, зображено виробництво олії соняшникової та її фракцій, нерафінованих (крім хімічно модифікованих) за регіонами. Дані взяті із статистичного щорічника 2020 [33, с.262].

За даними Державної митної служби України, у 2021 році вартість експорту насіння та плодів олійних культур склала \$2,4 млрд. Це на 33% більше, ніж 2020 року. Обсяги поставок продукції цієї групи на зовнішні ринки знизились на 11% — до 3,9 млн т. Експорт ріпаку у кількісному виразі збільшився — з 2,4 млн т у 2020 році до 2,7 млн т у 2021 році. А закордонні продажі соєвих бобів знову знизились — на 0,7 млн т — до показника в 1,1 млн т. У

таблиці наведені дані щодо експорту з українських портів водним видом транспорту, тобто основного виду для переміщення сільськогосподарської продукції.

Таблиця 2.2

Структура експорту зернових та олійних культур з українських портів у 2020-2021 роках, млн. тон

Продукт	2021	2020	Відхилення
Соняшникова олія	4,423	5,037	-12%
Продукти переробки соняшникової олії	1,752	2,615	-33%

Джерело: [34]

Аналіз даних показав, що за останній рік майже по всіх видах сільськогосподарської продукції відбувається зменшення обсягів експорту з морських портів, окрім кукурудзи. У цьому випадку відбувається певна невідповідність між грошовим виразом експорту та реальними обсягами, як вже зазначалось раніше у 2021 році відбулось підвищення експортних цін, що в подальшому й призвело до такої диференціації у показниках.

Оскільки підприємство ФГ «Сатурн-2020» має найбільші частки соняшника у своїй структурі виробництва необхідно провести аналіз саме за рахунок чого відбувся спад у поставки на зовнішній ринок деяких видів сільськогосподарських культур та які виникають перспективи для подальшої діяльності підприємства за таких умов. Необхідно зазначити, що розвинені ринки мають зазвичай високі бар'єри входу та велику конкуренцію, яка компанії без наявної лояльності споживача, може обернутись збитками для компанії.

Таблиця 2.3

Обсяги експорту продукції ФГ «Сатурн-2020», тис. дол. США

Країна	2019 р.	%	2020 р.	%	2021 р.	%
Єгипет	26539	15,3%	24449	15,6%	26965	14,9%
Саудівська Аравія	15958	9,3%	14105	9,1%	15745	8,7%

Джерело: складено автором на основі [35]

Згідно з даними Держстату, у сезоні 2021/22 українські аграрії зібрали рекордний врожай олійних культур: соняшнику — 16,4 млн т, сої — 3,4 млн т і ріпаку — 2,96 млн т. З них переробники виготовили 6,87 млн т рослинної олії: соняшникової — 6,45 млн т, ріпакової — 265 тис. т і соєвої — 163 тис. т.

Для внутрішнього споживання ми використовуємо в рази менше олії, ніж виробляємо. В Україні спожили 625 тис. т за сезон 2021/22. Згідно з даними Держстату, у 2020 році в середньому на місяць припадало 1,2-1,7 кг олії на особу, залежно від демографічних особливостей — місцевості проживання або складу сім'ї.

З огляду на ситуацію в Україні, а саме на війну та знаходження на території України країни-агресора експорт культур станом на 2022- 2023 рр. може бути не втішним. Через активні військові дії на східних зонах країни, та на посівних зонах олійних культур, обсяг посівів може бути зменшеним. Наразі ми не можемо точно підрахувати збитків, які зазнає Україна наприкінці 2022 року, проте ми вважаємо, що слід очікувати зменшення тон видобутку олії, а від так і зменшення фінансового обороту. Хоча варто тверезо оцінювати ситуацію у світі, то ж ми можемо робити прогнози на дефіцит Української олії на світовому ринку. Країни, насамперед Близького Сходу та Африки, не зможуть обійтися без експортних поставок української сільськогосподарської продукції.

Замінити її нічим фізично, у тому числі поставки з країни-агресора російської федерації чи з будь-якої іншої.



РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ОЛІЇ ДО КРАЇН БЛИЗЬКОГО СХОДУ

3.1 Організаційне забезпечення здійснення експорту ФГ «Сатурн 2020 » до країн Близького Сходу

В умовах формування ринкової економіки створення конкурентоспроможності підприємств неможливе без проведення адекватних економічних реформ та участі України у глобальних інтеграційних процесах. Особливу роль у вирішенні цих завдань відіграє зовнішньоекономічна діяльність, яка є важливою і невіддільною частиною господарської діяльності всіх учасників ринкових відносин, створює сприятливі умови для зовнішньоекономічної діяльності підприємства, підвищує рівень і обсяг виробництва продукції.

Всупереч великій зацікавленості компаній у реалізації права виходу на зовнішні ринки, здійснення імпортно-експортних операцій та отримання іноземної валюти, практика показує, що результати цієї діяльності не завжди є позитивними. Тому суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності стикаються з проблемою аналізу динаміки, кон'юнктури міжнародного та внутрішнього ринків і на цій основі створення стратегії, що забезпечує достатню гнучкість у поведінці суб'єктів господарювання та оперативність у прийнятті відповідних рішень. прийняття рішень Ефективна стратегія є одним із ключових елементів успіху компанії на зовнішніх ринках, вона здатна протистояти різноманітним викликам і вимогам середовища зовнішньоекономічної діяльності, максимально використовувати та розвивати всі можливості та загрози зовнішніх і внутрішніх умов усунення.

Слід зазначити, що розробка стратегій, пов'язаних із зовнішньою торгівлею, є відносно складним і багаторівневим процесом, який вимагає повної інформації про всі фактори, що впливають на внутрішнє, вітчизняне та закор-

донне організаційне середовище. Крім того, складність функціонування вітчизняних компаній у міжнародному середовищі також обумовлена невизначеністю та непередбачуваністю. Тому розробка та реалізація ефективних стратегій діяльності на зовнішніх ринках у сучасних умовах є актуальним і важливим завданням.

Створення нового набору зовнішніх і внутрішніх факторів успіху бізнесу є основою для створення нової концепції управління. Ця концепція враховує той факт, що в сучасних умовах не лише підвищення продуктивності праці, раціональна організація виробництва та зниження собівартості продукції визначають успіх підприємства та його конкурентоспроможність. В умовах агресивного та мінливого зовнішнього середовища виникає потреба у вразливості до зовнішнього середовища, ранній адаптації до нової глобальної реальності [36].

Запропонована концепція стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства базується на спільному та неавтономному використанні функціонального, ситуаційного, ризикового та системного підходів до цього процесу. Враховано особливості міжнародної торгівлі. Складність концепції, що відрізняє її від інших подібних розробок даної спеціалізації, створить синергетичний ефект та підвищить ефективність стратегічного управління в компаніях, що розвивають господарську діяльність за кордоном. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства - процес визначення і визначення взаємовідносин підприємства з навколишнім середовищем, що полягає в досягненні обраних цілей і в прагненні досягти бажаного стану відносин із навколишнім середовищем шляхом ефективного розподілу ресурсів і ефективного управління бізнесом [37].

Причини, створені відповідно до потреб організації, спонукають промишлеве підприємство прийняти рішення про експорт. Причини відкриття експортного бізнесу компанії можна розділити на дві категорії: ініціативні та реактивні, що зображено на дод. В [38, с.26-27].

За минулих два роки фермерське господарство «Сатурн 2020» експортувало досить велику кількість продукції олійного спектру. На рис. 3.1 наведено як з огляду на 2020 р збільшився процент експортування згідно з 2021 р.

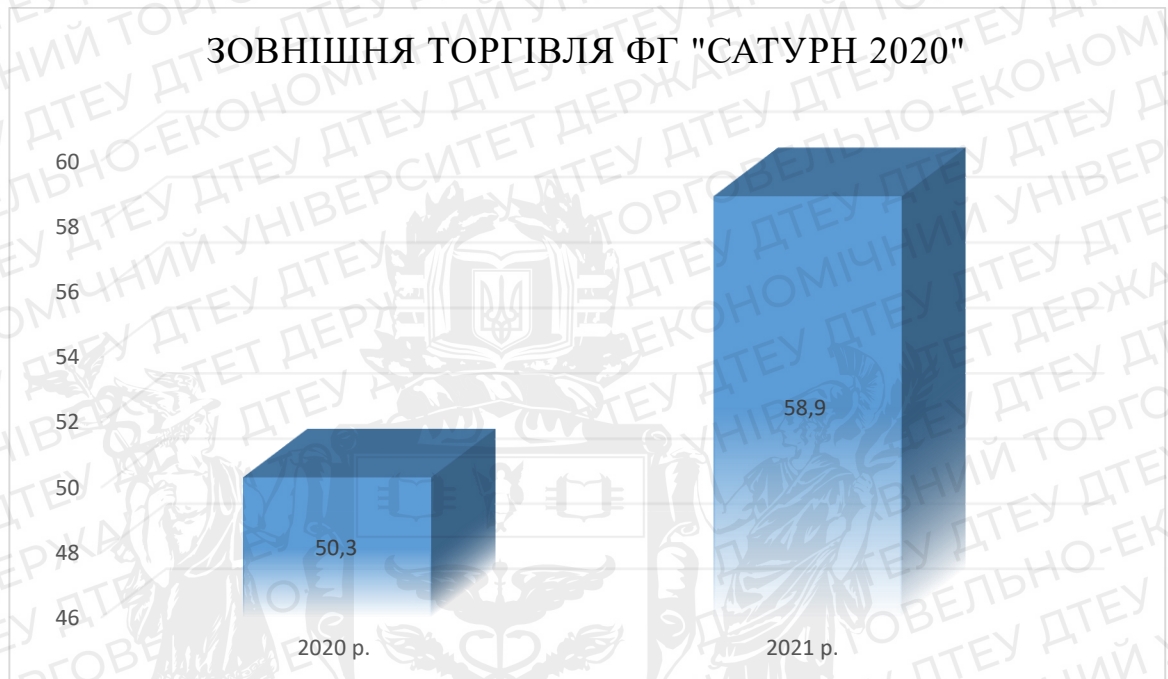


Рис. 3.1. Зовнішня торгівля

Олійно-жировий комплекс України приносить країні значні валютні прибутки від експорту олії та жиру, що ставить питання про повне використання експортного потенціалу комплексу. Функціонування вітчизняних виробників на зовнішніх ринках вимагає високого рівня конкурентоспроможності продукції. Світова практика свідчить, що маркетинг є ефективним інструментом для досягнення високої конкурентної позиції на світовому ринку. Підтримка комерціалізації зовнішньоекономічної діяльності пропонує ряд заходів щодо реалізації виробленої продукції на зовнішніх ринках та підвищення її конкурентоспроможності та прибутку.

Основним завданням є виявлення та задоволення потреб споживачів на зовнішніх ринках, адже «мета маркетингу, як підкреслював всесвітньо відомий вчений Пітер Друкер, полягає в тому, щоб зробити маркетингові зусилля

непотрібними, виявити та зрозуміти, як продукт чи послуга проходить. до останнього і продається [39].

Позиція підприємства на зовнішньому ринку залежить від маркетингової підтримки, придатної для зовнішньоекономічної діяльності. Складові підтримки комерціалізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства наведені на рисунку 3.2 Маркетингове забезпечення ЗЕД ФГ «Сатурн 2020», зображено схематичне зображення маркетингового забезпечення.



Рис. 3.2 Маркетингове забезпечення ЗЕД ФГ "Сатурн 2020 "

У наступному пункті роботи більш детально розглянемо наступному розділі роботи більш детально розглянемо оцінку результативності експортних поставок до країн Близького Сходу.

3.2 Прогнозна оцінка результативності використання запропонованих перспектив

З огляду на тематику досліджувану у попередньому розділі роботи, то можна дійти висновку, що Україна є лідером по Експорту соняшникової олії та олій інших культур на світовий ринок і зокрема до країн Близького Сходу. Також у попередньому розділі було розглянуто ринок АОЕ, тому в цьому розділі вважаємо доцільним дослідити цей ринок.

За 2019 р. ВВП ОАЕ склав 421 млрд дол. США, ВВП на душу населення 4029 дол. США [35, с. 335–336]. Інтереси України та ОАЕ у розвитку торгівельно-економічного співробітництва впливають із їх відносної географічної близькості, взаємовигідного та взаємодоповнювального характеру економічних інтересів та можливостей, попиту на українську продукцію та потенційно значних інвестицій ОАЕ.

На основі методології кореляційно-регресійного аналізу можна представити узагальнений показник (інтегральний показник) ефективності виробництва, що описує взаємозв'язок між показниками та показниками праці, матеріальних ресурсів та основних фондів зі зведенням їх до розрахункової платформи.

Використовуючи метод кореляційно-регресійного аналізу, ми нормалізуємо дані, транспонуємо отриману матрицю і потім знаходимо добуток нормованої та транспонованої матриць, що призводить до кореляційної матриці; розрахувати часткові коефіцієнти кореляції та визначити найбільш тісний зв'язок часткового показника з показниками використання трудових, матеріальних ресурсів та основних фондів, а потім оцінити параметри в абсолютних значеннях.

Отримаємо функцію залежності субіндикатора від показників трудомісткості, матеріальних ресурсів та основних засобів, що входять до його групи:

$$I_i = a_0 + \sum a_i * x_i \quad (4)$$

де I_i – частковий показник ефективності виробничої діяльності (залежна змінна) за функціональною складовою, a_0 – вільний член рівняння регресії, a_i – лінійний коефіцієнт рівняння, x_i – незалежні змінні рівняння регресії (показники використання ресурсів) [40].

Використання кореляційного аналізу та методів множинної регресії дає змогу розрахувати залежність інтегрального показника оцінки ефективності виробничої діяльності I від показників часткової ефективності.

Тому множинна регресія може бути використана для визначення того, які підіндикатори мають найбільший вплив на інтегрований ключовий показник ефективності. Рівняння залежності розраховується за такою формулою:

$$I := \varphi_0 + \varphi_1 * I_i \quad (5)$$

де φ_0 – незалежний коефіцієнт рівняння, φ_1 – коефіцієнти впливу часткових показників на інтегральний показник ефективності, I_i – значення часткових показників функцій, отримані внаслідок обчислення економетричної моделі за формулою [41].

На підставі підтвердження близькості показників, що визначають окремі субіндикатори ефективності механізму управління людськими ресурсами шляхом кореляційного та регресійного аналізів, ми маємо можливість створити економетричну модель ефективності виробництва, починаючи з показників праці, матеріальних ресурсів, а також про можливе збільшення функції (інтегрального показника) при зміні факторів, що входять до рівняння [42].

Рентабельність є відносним показником ефективності виробництва. Зазвичай він розраховується як відношення вигоди до витрат, тобто. прибуток.

Оплата активів розраховується із середньорічної вартості активів у межах розподілу річного надлишку або поточної діяльності до оподаткування.

Тобто показує, скільки прибутку на 1 грн бізнесу. Рентабельність власного капіталу характеризує ефективність використання власного капіталу. Він

відображає рентабельність інвестицій. Рентабельність власного капіталу розраховується з відношення річного надлишку до середньорічної вартості капіталу. Рентабельність реалізації розраховується як відношення обсягу реалізації продукції до собівартості товару. Рентабельність активів характеризує суму прибутку, отриману всіма активами підприємства, використаними за даними балансу.

Ми використовуємо інтегрований підхід і проводимо розрахунки на варіанті моделі Дюпон [43]. Двофакторна модель Дюпона Спочатку модель представляла собою вплив двох факторів на рентабельність інвестицій (ROA) компанії (6)

$$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина активів}} * \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка}} * \frac{\text{Виручка}}{\text{Середня величина активів}} \quad (6)$$

$$ROA = ROS * K_{oa}$$

У таблиці нижче наведені розрахунки діяльності ФГ « Сатурн 2020» представлена вихідна інформація для аналізу ефективності управління фінансово-господарською діяльністю.

Таблиця 3.1

Вихідна інформація для аналізу ефективності управління фінансово-господарською діяльністю ФГ « Сатурн 2020»

Показник	Період			Абсол.відх.		Відх. відхил.	
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	18/19	19/20	18/19	19/20
Чистий прибуток	3446768	5987067	6168996	850898	698187	39,6	83,2
Середньорічна вартість А	1149425	6455470	1868529	3152870	408812	14,3	13,3
Дохід від реалізації продукції	1593304	1675302	1807898	919983	142596	6,5	9,53

Власний капітал	1087369	1246917	1712503	159555	465586	15,78	48,46
Прибуток до оподаткування	493086	418940	663524	-74143	244584	-16,05	59,49
Поточні зобов'язання	647106	493413	431592	-153692	-61821	-24,88	-13,54
ROA	0.16	0.3	0.32	0.06	0.12	34,34	56
LR	1.43	1.42	1.16	-0.02	-0.27	0.8	-18,55
TB	0.6	0.82	0.94	0.32	0.13	63	14.82
IB	1	1	1	0	0	0	0
ROS	0.17	0.23	0.37	0.07	0.15	37.6	63.65
Koa	0.97	0.97	0.88	-0.07	-0.04	-6.26	-3.34
ROE 3	0.23	0.29	0.37	0.07	0.09	27.28	28.58
ROE 5	0.12	0.24	0.34	0.13	0.2	109.1	43.49

Проаналізуємо ROE в динаміці за 2019–2021 рр. та відобразимо на рис. 3.2 за двуфакторною моделлю рентабельність капіталу компанії "Сатурн 2020", але у 2019 році відбулося його зростання на 108,09 % і на 42,48 % у 2021 році, порівняно з попередніми роками. Що говорить про те, що компанія ефективно розвивається протягом трьох останніх років та має значний потенціал розвитку, є привабливою для інвесторів і сама може виступати в ролі інвестора.

Однак для подальшого зростання та розвитку компанії необхідно постійно вдосконалювати бізнес-процеси та розширювати асортимент послуг та продуктів. Це завдяки лояльності клієнтів та налагодженим механізмам, безумовно, з урахуванням фінансових показників можна якісно підвищити ефективність ФГ «САТУРН 2020» та посилити організаційно-економічний механізм компанії, що підвищить її конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Наразі не існує загальноприйнятої системи показників ефективності для сфери послуг. Для вимірювання ефективності одних і тих самих заходів використовуються різні методи, які взаємопов'язані, але дають різні результати.

Сучасні методи не забезпечують необхідної порівнянності показників. Все це ускладнює комплексну оцінку та не дозволяє систематично аналізувати різні аспекти підприємницької діяльності. Тому система економічних показників діяльності компаній повинна відповідати наступним принципам [44]:

- забезпечити взаємодію показників ефективності;
- визначає рівень ефективності всіх ресурсів і витрат, необхідних для створення нової послуги;
- забезпечують вимірювання ефективності різних рівнів управління.

Аналіз фінансового стану на ТОВ «Центр Будівельних Рішень», проведено згідно з запропонованою моделлю, і виявлено що підприємство є рентабельним і прибутковим. У порівнянні, виявлено що, рентабельність активів зросла майже на 22%. Це є позитивним результатом.

Наперекір сучасному ринковому середовищу, що має постійно покращувати та зміцнювати нашу репутацію, комунікаційні компанії роблять все можливе, щоб залучати все більше нових клієнтів і тримати їх подалі від конкуренції в кращих умовах. У найбільш загальному методологічному вигляді економічна ефективність послуг визначається як взаємозв'язок між результатами діяльності підприємства та його витратами.

Як бачимо, за звітний період показники діяльності компанії «Сатурн 2020» коливаються в межах 1,28-1,53, у 2021 р. вони зросли на 0,16 або 16% у порівнянні з 2020 р. та на 0,09 або 9% у 2020 р. у порівнянні з 2019 р., коли надходження за звітний період мають позитивну динаміку та зростають. Витрати бізнесу майже однакові, лише у 2019 році вони зменшилися на 760 358 тис. грн, а у 2020 році у порівнянні з попереднім роком зросли на 261 944 тис. Для підвищення ефективності та прибутковості підприємствам необхідно збільшити асортимент послуг та кількість запущених проектів, які підвищують ефективність діяльності компанії, знизять витрати та підвищать доходи.

Витрати на розробку проекту та впровадження послуги покриватимуться переважно шляхом власних джерел (чистий прибуток, амортизація) фі-

нансування інноваційного проекту та кредиту. Витрати на проект здійснюються для залучення інвестицій, крім відтоку грошових коштів через поточні витрати на інновації, податки, відсотки за кредитами, погашення позик [45].

Для реалізації запланованого проекту ФГ «Сатурн 2020» до 2022 року керівництво підприємства повинно мати власні фінансові ресурси та участь. За словами фінансового директора компанії, найкращим варіантом було взяти кредит у банку. Термін окупності інвестиційного проекту буде розраховано за умови отримання підприємством від банку кредиту в розмірі 200 000 грн на 5 кварталів, дисконтна ставка 36%. При розрахунках необхідно також враховувати потенційні вигоди від проекту. Реалізація запропонованого проекту сприятиме подальшому розвитку підприємства, що в основному знизить витрати на оплату праці, матеріальні та інші експлуатаційні витрати.

Проте наразі є велика проблема з реалізацією проекту так як на теренах України точиться війна, а тому рентабельність кредитування мабуть має негативні показники на даний період. Проте за умови того, що процента ставка кредитування на час воєнного стану прирівнюються до нуля відсотків, то мабуть такий кредит є досить не поганим шансом на реалізацію проекту.

ВИСНОВКИ

У сучасній еволюції економічного розвитку важливу роль в управлінні економічною діяльністю іншого суспільства відіграє необхідність пошуку засобів адаптації до мінливих умов навколишнього середовища. Це впливає на процеси глобалізації та інтеграції та значний вплив різних факторів на ділові події. Неадекватні управлінські рішення можуть призвести до згубних позицій компаній на зовнішніх ринках. Тому необхідно розробити політику зміни цієї ситуації в суспільстві та зменшення негативного впливу зовнішнього середовища.

Посилення ролі компанії на міжнародному ринку та підтримка конкуренції на внутрішньому експортному ринку на світовому ринку є важливим кроком для компанії. На тему цієї діяльності зосереджено зовнішньоекономічний потенціал, для чого цей напрямок досліджень оновлюється як формування стратегічного управління міжнародною діяльністю українських суспільств на економічному рівні. Пропагуючи цю стратегію, компанія повинна не тільки зменшити негативний економічний вплив, а й зіткнутися з новими викликами в управлінні глобальною економікою.

На основі запропонованої моделі організаційно-економічного механізму було визначено роль та ключові елементи цієї системи, їх взаємозв'язок та вплив на ефективну діяльність компанії. Крім того, були визначені ключові показники ефективності бізнесу та ключові елементи, а також інструменти, що використовуються для оцінки прибутковості бізнесу за допомогою моделі Дюпон.

Застосовуючи альтернативні механізми для забезпечення ефективності, представлена концепція оцінки економічної вартості та коефіцієнтів та інші. Відображено бізнес-процес перетворення вхідних та вихідних даних для розрахунку прибутковості, а компоненти обслуговування узагальнені. В умовах глобалізації зовнішньоекономічна діяльність є важливою складовою еволю-

ційного розвитку компанії. В економічній літературі тривалий час стверджується, що глобалізація є однією зі стратегій фірм, спрямованих на завоювання зовнішніх ринків. Щодо українських компаній, то, на жаль, у більшості випадків на початку ЗЕД рідко використовувалися стратегічні методи управління, які б забезпечували ефективний розвиток бізнесу на міжнародних зовнішніх ринках. Багато українських компаній, які вже працюють на зовнішніх ринках, постали перед питанням розширення чи скорочення зовнішньої торгівлі. Розв'язання цієї проблеми залежить від цілей, які поставила компанія на етапі маркетингу продукту, стратегія якого обрана в якості основної.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вівчевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник/А.М. Вівчевич, О.В. Максимець. – Львів: Афіша, 2004. – 140 с
2. Алексеева Т.І. Організаційно-економічний механізм забезпечення ЗЕД підприємства // Вісник НТУ «ХПІ», 2013. – № 7 (981). – С. 3-9.
3. Гофман Н.Ф. Основы внешнеэкономической деятельности / Н.Ф. Гофман, Г.А. Маховикова – СПб: Питер, 2001. – 208 с
4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ - URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
5. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144) - URL: <http://www.zakon3.rada.gov.ua>
6. Фаїзов А. В. Олієжировий комплекс: проблеми і фактори розвитку URL: www.nbu.gov.ua.
7. Андрієнко О. Не такий страшний соняшник, як його малюють / О. Андрієнко, А. Андрієнко, І. Семеняка // Агробізнес сьогодні. – 2011. – № 11. – С. 5–12.
8. Федоряка В. П. Ефективність виробництва і реалізації соняшнику в Україні / В. П. Федоряка, Л. А. Бахчиванжи, С. В. Почколіна // Вісник соц.-еко. досл. – 2011. – № 41(2). – С. 139–144
9. Портал Аграрного сектора України. [Електрон-ний ресурс]. – режим доступу: <http://agroua.net/statistics>.
10. Король К. В. Організація обліку за центрами відповідальності на підприємствах машинобудування/ К. В. Король // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: «Економіка»: зб.наук.пр. / ред. кол.: Черниченко Т. В. (гол.ред.) та ін. – Мукачево: Вид-во «Карпатська вежа», 2015. – Випуск 1 (3). – С. 207-211.
11. Яценко Вікторія. Методи аналізу ймовірності настання банкрутства на підприємстві URL : <https://naub.oa.edu.ua/2015.....8F/>.

12. Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p#Text>.

13. Кузьмін О.Є. Організація експортної діяльності підприємства / О.Є. Кузьмін, А. В. Демчук // Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції/ Національний університет «Львівська політехніка». – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 173-174.

14. Ліпич Л. Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Л. Г. Ліпич, А. О. Фатенок-Ткачук // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 102. – С. 146-151.

15. Експортувати просто. Експорт Step by Step 10 кроків від виробництва до експорту: Практичний посібник/Автори: В.Кравченко, А. Голятко, Д. Копий, А.Полянский, И. Шинкаренко, А. Короп, А. Гайдук, В. Маевский, А. Голиздра. – «Саміт-книга», 2016. – С. 18-20.

16. Hessels J. Entrepreneurship, Export Orientation, and Economic Growth / J.Hessels, A. van Stel // Small Business Economics. – 2011. – №37(2). – 255-268 p.

17. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: навч.посібник / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, Н. В. Притула та інші. – 5-те вид., перероб. та доп. - Київ: Центр учбової літератури, 2015. – 272 с.

18. Сельцовский В. Л. Экономико-статистические методы анали за внешней торговли / В. Л. Сельцовский. // Финансы и статистика. – 2013. – С. 512.

19. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. — К.: КНЕУ, 1998. — 268 с.

20. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. — К.: КОНДОР, 2006. — 398 с.

21. Нелеп В.М., Висоцька О.М. Експортні аспекти продуктово ринкової стратегії агропродовольчого комплексу України // Збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково практичної конференції "Продовольчі

- ресурси: проблеми і перспективи". — Інститут продовольчих ресурсів НААН України, 2014, Київ. — С. 31—35.
22. Закон України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" // Голос України. — 09 жовтня. — 2013. — № 188.
23. Нелеп В.М., Бойко А.В. Земля України і здоров'я нації / В.М. Нелеп, А.В. Бойко // Економіка АПК. — 2014. — №3. — С. 20—27.
24. Oilseeds and protein crops in the EU [Електронний ресурс]. — Сайт European Commission, Directorate General for Agriculture and Rural Development, Unit C5. — 2015. — URL: http://ec.europa.eu/agriculture/cereals/factsheet oilseeds protein crops_en.pdf
25. FEDOIL: mission — Сайт FEDOIL. — 2015. — URL: <http://www.fediol.be/web/mission/>
26. Волощук О.Г. Особливості та умови формування економічної ефективності виробництва продукції підприємств олійно-жирової промисловості / О.Г. Волощук // Інвестиції: практика та досвід. — 2009. - № 10. С. 53 – 56.
27. Украина — лидер по экспорту подсолнечного масла - URL: <http://ubr.ua/market/agricultural-market/ukraina-lider-po-eksportu-podsolnechnogomasla-58549>
28. Товарна структура зовнішньої торгівлі України Архів за 2019 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/tsztt/tsztt_u/arh_tsztt2019_u.html.
29. Товарна структура зовнішньої торгівлі України Архів за 2020 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/tsztt/tsztt_u/arh_tsztt2020_u.html.
30. Товарна структура зовнішньої торгівлі України Архів за 2021 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/tsztt/tsztt_u/arh_tsztt2021_u.html.
31. Товарна структура зовнішньої торгівлі України Архів за 2022 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh_tsztt2022_u.html.

32. Україна и ОАЭ: каким был товарооборот между странами в 2010-2020 годах. Слово і Діло аналітичний портал.
URL: <https://ru.slovoidilo.ua/2021/02/23/infografika/jekonomika/ukraina-i-oae-kakim-by-l-tovarooborot-stranami-2010-2020-godax>
33. І. Є. Вернера, О. А. Вишневська. Статистичний щорічник України за 2020 рік Державна служба статистики України.
URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.pdf.
34. Експортна виручка від продажу олійних культур зросла на 33%.
URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/eksportna-virucka-vid-prodazu-olijnih-kultur-zros-la-na-33>.
35. ФГ "САТУРН-2020". URL: <https://vkursi.pro/card/fh-saturn-2020-43642757>
36. Бабчинська О.І., Гуч О. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в сучасних умовах. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології : Збірник наукових праць ІІ Всеукраїнської практичної інтернет-конференції 16 жовтня 2015 р. Вінниця, 2015. С. 564–574.
37. Замкова Н. Л., Бондар А. О. Управління ефективністю діяльністю підприємства. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології : Збірник наукових праць ІІ Всеукраїнської практичної інтернетконференції 16 жовтня 2015 р. Вінниця, 2015. С. 12–24.
38. Кринська Л. І. Міжнародний маркетинг. — Одеса: Наука і техніка, 2006. — 248 с.
39. Дячек, В. В. Зовнішня торгівля товарами підприємств України: статистичний огляд та можливі шляхи розвитку [Текст] / В. В. Дячек // Бізнес Інформ. — 2012. — № 1. — С. 11–19.
40. Швиданенко Г.О. Бізнес-діагностика підприємства: Навч. посіб. / Швиданенко Г.О., Дмитренко А.І., Олексюк О.І. — К.: КНЕУ, 2008. — 344 с.
41. Шегда А. В. Економіка підприємства: Навч. посібник / А. В. Шегда, — К.: Знання, 2006. — 614 с.

- 42.42. Градобой Є.В. Особливості оцінки ефективності діяльності промислових підприємств: автореф. дис. на соїск. вчений. ступеня канд. екон. Наук: спец. 08.00.05 "Економіка та управління народним господарством" / Є.В.Градобой. - В, 2009. - 24 с.
- 43.Савицька О. М. Вплив факторів розвитку інформаційної економіки на підвищення ефективності управління підприємством / О. М. Савицька, Т. П. Панасюк // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ імені Ігоря Сікорського "Актуальні проблеми економіки та управління" (електронне видання), Випуск 12. – (№2) 2018. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/130959/126686>.
- 44.Как добиться повышения эффективности деятельности предприятия? URL: <https://legkopolezno.ru/rabota/effektivnost/povyshenie-effektivnosti-deyatelnostipredpriyatiya/>.
- 45.Управління проектами URL: підручник для студентів – магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» / Л. Є. Довгань, Г. А. Мохонько, І. П. Малик ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 4,4 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с. – <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/21517>.

ДОДАТКИ



Додаток А

Звіт про фінансові результати ФГ «Сатурн 2020 за 2019-2021 рр..

Показник	Період			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2019/2020 рр.	2020/2021 рр.	2019/2020 рр.	2020/2021 рр.
Чистий прибуток	2446769	3387067	6168938	940898	2781871	38,5	82,1
Середнь-річна вартість ВК	9662782	11671395	1479101	2008613	3125706	20,8	26,8
Середнь-річна вартість А	15494223	17547093	19685224	2052870	21381225	13,2	12,2
Чистий дохід	1493304	15753027	17078988	819983	1325961	5,5	8,4
Собівартість реалізації послуг	7899849	8699457	7372418	799608	-1327039	10,1	-15,3
Рентабельність ВК	0,25	0,29	0,42	0,04	0,13	16	44,8
Рентабельність А	0,16	0,19	0,31	0,03	0,12	18,8	63,2
Рентабельність продажів	1,89	1,81	2,32	- 0,08	0,51	-4,2	28,2

Додаток Б

Пор. №	Дата	Номер банківського або касового документа	Зміст запису	Доходи за видами					Загальна сума доходів	Фінансовий результат: прибуток (+) чи збиток (-)	Податкове зобов'язання	Відмітка про одержання
				виручка від реалізації продукції (робіт, послуг)				надзвичайні доходи				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	06.01	Накладна № 5, ПКО № 6/1	Реалізоване молоко	300,00					300,00		60,00	360,00 (06.01)
2.	08.01	Накладна № 6, виписка банку (ВБ) № 9/1	Реалізований сир	1000,00					1000,00		200,00	1200,00 (09.01)
3.	08.01	Акт № 5, ПКО № 10/1	Надані послуги трактором	200,00					200,00		40,00	240,00 (10.01)
4.	09.01	Накладна № 7, ПКО № 13/1	Реалізоване сіно	50,00					50,00		10,00	60,00 (13.01)
5.	09.01	Накладна № 8, ПКО № 9/1	Реалізоване молоко	400,00					400,00		80,00	480,00 (09.01)
6.	10.01	Накладна № 9, ВБ № 11/1	Реалізований сир	800,00					800,00		120,00	920,00 (11.01)
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Усього на 31.12. 2017			Фінансовий результат									



Додаток В

