

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ КОНТРАКТІВ ПРАТ «ЧУМАК».....	5
1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ “Чумак”	5
1.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Чумак»	14
1.3. Оцінка ефективності зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак» .	22
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ КОНТРАКТІВ ПРАТ «ЧУМАК»	30
2.1. Визначення напрямків удосконалення процесу розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ “Чумак”	30
2.2. Розробка комплексу заходів щодо удосконалення експортного контракту ПрАТ «Чумак»	37
2.3. Прогнозна оцінка ефективності та вплив запропонованих заходів.....	48
Висновки до розділу 2	56
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. За умов посилення процесів глобалізації в світі усі компанії прагнуть розширити свій ринок збуту, виходячи за межі національних ринків. Вони укладають зовнішньоторговельні контракти. При цьому особливої актуальності набуває дотримання правил складання та реалізації умов зовнішньоекономічного контракту, який є правовою основою для виконання будь-якої міжнародної економічної угоди між суб'єктами підприємницької діяльності. Основна особливість зовнішньоторговельного контракту полягає в тому, що він має відповідати стандартам як мінімум двох держав, в деяких випадках – більшій кількості. Тому його укладання і реалізація мають бути дуже детально та ретельно продумані та виконані.

Різні аспекти проблеми розробки та реалізації зовнішньоторговельного контракту висвітлені в працях В.О. Василенко, Г.М. Дроздової, В.Г. Кігель, В.В. Козик, А.І. Кредісова.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи роботи є науково-теоретичне обґрунтування особливостей управління процесами розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів та формування напрямків його удосконалення.

Досягнення мети передбачало вирішення таких завдань:

- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Чумак»;
- здійснити дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Чумак»;
- провести оцінку ефективності зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак»;
- визначити напрямки удосконалення пріоритетів ПрАТ «Чумак»;
- здійснено розробку заходу щодо експортної поставки на новий ринок збуту ПрАТ «Чумак»;
- оцінити прогностні показники ефективності запропонованих заходів ПрАТ «Чумак».

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження у роботі є процес управління процесами розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів.

Предметом дослідження є організаційно-економічний механізм формування системи управління процесами розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів підприємства ПрАТ «Чумак».

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані загальнонаукові методи: теоретичного узагальнення та порівняння; статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною основою дослідження стала чинна нормативно-правова база, офіційні матеріали Державної служби статистики України, монографічні дослідження, матеріали міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій, дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, опубліковані в спеціальних літературних джерелах.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності підприємства ПрАТ «Чумак» в напрямку удосконалення операцій з експорту підприємства-суб'єкта ЗЕД.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження було підготовлено наукову статтю на тему «Особливості процесу розробки та реалізації зовнішньоторговельного контракту» і опубліковано у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ.

Структура випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури із 29 джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 64 с.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ КОНТРАКТІВ ПРАТ «ЧУМАК»

1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Чумак»

ПрАТ «Чумак» - національний виробник, розробник і постачальник продукції харчової промисловості. Виробничі потужності ПрАТ «Чумак» розташовані на родючих полях України, в центрі найбільшої в світі системи зрошення. Тут близько 240 сонячних днів у році і сприятливий ґрунт, що забезпечує натуральність і свіжість сировини для продуктів. ПрАТ «Чумак» використовує сучасні технології та обладнання лідерів харчової індустрії, таких як Tetra Pak, Volpak, Bossar, Selo та інших.

ПрАТ «Чумак» - одне з найбільших підприємств харчової галузі в Україні, ми розвиваємо національні стандарти в індустрії і формуємо новий український ринок відповідно до найвищих світових стандартів.

Виробничий процес сертифікований відповідно до стандартів DSTU ISO 9001: 2009, DSTU ISO 22000: 2007 і BRC Global, регулярно проходить перевірки наших клієнтів і незалежні аудити. «Чумак» один з найпопулярніших українських брендів. Українці люблять і цінують «Чумак» за незмінно високу якість, натуральність та смак продуктів.

Враховуючи різноманіття і достатню складність сучасних харчових продуктів, кваліфіковані фахівці підприємства розробляють оптимальні рецептури, пропонують оптимальне рішення виходячи із специфіки діяльності та вимог замовників. Підприємство також має розгалужену філіальну і дилерську мережу у всіх промислових центрах України.

Незмінно висока якість продукції, найширший асортимент, доступні ціни, гнучка цінова політика, використання сучасних технологій у виробництві та співробітництво зі світовими лідерами в сфері виготовлення харчової продукції

дозволили компанії зайняти лідируюче становище на ринку.

На підприємстві регулярно проводяться тренінги, спрямовані на підвищення кваліфікації співробітників, семінари, присвячені змінам на ринку харчових товарів, новим технологіям виробництва.

Управління підприємством здійснює генеральний директор. Він має заступника, який також виконує управлінські функції і підпорядковується виключно генеральному директору.

Директор з виробництва виконує наступні обов'язки: здійснює керівництво безперебійною роботою виробництва; керує діяльністю виробничо-технічного відділу, контролює результати його роботи; забезпечує своєчасне складання необхідної для виробництва технічної документації; приймає участь в прийомі технічного персоналу на роботу, проводить атестацію спеціалістів. Начальник виробництва займається роботами з поточної організації виробничий процесі.

Комерційний директор здійснює планування поточної комерційної роботи і управління нею; планує, організовує, спрямовує та координує пролажі та закупівлі підприємства; розробляє операційний план закупівель та продажу продукції, формує регламент роботи комерційного відділу; керує підбором, підготовкою і розстановкою комерційного персоналу.

Бухгалтерія підприємства налагоджує роботу та підготовку необхідної первинної і вторинної бухгалтерської документації, організовує облікову роботу та взаємодію з податковими органами.

Організацією ЗЕД займається комерційний директор, який керує роботою регіональних менеджерів. Кожен регіональний менеджер здійснює організацію ЗЕД за закріпленням за ним регіоном. Він організовує підготовку документації для здійснення зовнішньоторговельних операцій.

Розглянемо спочатку основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства. Для цього проаналізуємо формування його доходів, витрат, майнового потенціалу та капіталу. Динаміку показників обсягу активів

та їх структури наведено у Додатку В (табл. В1 та В2). Розрахунки проведено за даними фінансової звітності (Додаток А1-А5).

Як свідчать дані табл. В.1, в цілому за досліджуваний період (2014-2018 рр.) обсяг активів підприємства постійно зростав. Так у 2015 році порівняно з 2014-м роком зростання обсягу активів становило 74,4 млн. грн. або 12,1%. Під час кризи 2016–2017 років на підприємстві було здійснено переоцінку активів відповідно до індексу інфляції, внаслідок чого у 2016 році зростання активів склало 24,6 млн. грн., а у 2017 році – 79,6 млн. грн., у 2018 році – 31,0 млн.грн.

У структурі активів (табл. В.2) підприємства можна спостерігати найбільшу частку оборотних активів, яка упродовж 2014–2018 постійно збільшувалась. Якщо у 2014 році на оборотні активи припадало 63,04%, то у 2018 році частка оборотних активів становила 76,77%.

Динаміка пасивів підприємства була ідентичною до динаміки активів (табл. В.3). Можна помітити, що найбільшими темпами зростали обсяги позикового капіталу підприємства, зокрема його поточних зобов'язань. У 2014-2015 рр. поточні зобов'язання зросли на 118,8%, у 2015-2016 рр. – на 28,1%, а у 2018 році – на 76,6%. Зростання поточних зобов'язань було спричинено збільшенням обсягів товарної кредиторської заборгованості.

Проаналізуємо показники доходів, витрат та фінансових результатів діяльності підприємства (Додаток Д).

Як свідчать дані фінансової звітності підприємства, воно упродовж 2014–2018 рр. обсяги доходів підприємства мали постійну тенденцію до зростання. У 2015 році доходи зросли на 20,1%, у 2016 році – на 9,7%, у 2017 році – на 10,2%. У 2018 році обсяг доходів підприємства зріс на 18,4%, що було зумовлено зростання поопиту на продукцію підприємства на зовнішньому ринку, що стало причиною збільшення обсягів експорту (рис. 1.1).

Обсяги валового прибутку у 2015 році зросли на 71,1 млн. грн. або на 29,6%, у 2016 році – на 38,6 млн.грн або на 12,4%, у 2017 році – на 28,0 млн.грн або на 8,0%. У 2018 році відбулось скорочення валового прибутку на 87,4

млн.грн або на 23,1%. В тому числі обсяг фінансових результатів від операційної діяльності та чистого прибутку зросли відповідно на 52,5 та 126,8% (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Динаміка показників фінансових результатів підприємства ПрАТ «Чумак» за 2014–2018 рр., млн. грн.

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Надалі розглянемо показники платоспроможності та фінансової стійкості. Характеризуючи показники ефективності використання фінансових ресурсів, варто відмітити, що для підприємства можна спостерігати тенденцію до зростання рівня платоспроможності та самофінансування розвитку. Динаміку показників ліквідності та платоспроможності підприємства показано у табл. 1.1.

Коефіцієнт загальної платоспроможності станом на 31.12.2018 р. скоротився на 0,277 пункти порівняно з значенням даного показника на 31.12.2017 р. При цьому скорочення показника проміжної ліквідності склало 0,143, що свідчить про зменшення обсягу запасів порівняно з іншими ліквідними активами підприємства. Значення показника загальної платоспроможності знаходиться на задовільному рівні, однак близькому до критичного (діапазон 1,2-1,5).

Таблиця 1.1

**Динаміка показників ліквідності та платоспроможності підприємства
ПрАТ «Чумак» за 2014–2018 рр.**

Показники	Станом на кінець року					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,923	0,659	0,605	0,819	0,676	-0,265	-0,054	0,214	-0,143
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	0,027	0,002	0,006	0,005	0,005	-0,025	0,004	-0,001	-0,001
Коефіцієнт загальної платоспроможності	1,481	1,311	1,318	1,688	1,411	-0,170	0,007	0,370	-0,277
Рівень ліквідності дебіторської заборгованості	0,639	0,421	0,391	0,546	0,449	-0,218	-0,030	0,156	-0,098

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Як видно з табл. 1.1. значення показника ліквідності дебіторської заборгованості складає 0,449 у 2018 році, що свідчить про здатність дебіторської заборгованості перекрити усі поточні зобов'язання на 45%. Проаналізувавши показники ліквідності і платоспроможності можна вважати, що загальний стан платоспроможності підприємства є задовільним.

Динаміку показників фінансової стійкості наведено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Динаміка показників фінансової стійкості підприємства ПрАТ
«Чумак» за 2014–2018 рр.**

Актив	Станом на кінець року					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт самофінансування	-0,224	-0,688	-0,899	-0,772	-0,756	-0,464	-0,211	0,127	0,016
Коефіцієнт маневренності власного капіталу	-0,914	-0,249	-0,202	-0,418	-0,296	0,664	0,047	-0,215	0,122

Продовження табл. 1.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт заборгованості	1,224	1,688	1,899	1,772	1,756	0,464	0,211	-0,127	-0,016
Актив	Станом на кінець року, пунктів					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Коефіцієнт фінансового леверіджу	0,533	0,486	0,431	0,360	0,449	-0,047	-0,055	-0,072	0,089

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Як свідчать дані табл. 1.2, динаміка коефіцієнтів самофінансування, фінансової автономії та маневреності власного капіталу свідчить про скорочення рівня фінансової самостійності підприємства. За рахунок того, що оборотні активи є меншими за обсяг поточних зобов'язань підприємства, воно має від'ємний обсяг власного оборотного капіталу. Про це свідчить динаміка коефіцієнта маневреності власного капіталу, який складає -0,296 пункти станом на кінець 2018 року. Динаміку показників ділової активності у разях обороту наведено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка показників оборотності активів підприємства ПрАТ «Чумак» за 2014–2018 рр.

Актив	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Коефіцієнт оборотності активів	1,42	1,53	1,56	1,60	1,76	0,11	0,03	0,04	0,17
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5,22	6,09	6,83	6,64	7,06	0,86	0,74	-0,19	0,42
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	3,10	2,82	2,48	2,54	2,56	-0,28	-0,34	0,06	0,02

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Як свідчать дані табл. 1.3, рівень оборотності активів досліджуваного підприємства перебуває на достатньо високому рівні. Активи обертаються в середньому 1,5-2,0 разів на рік. Зокрема дебіторська заборгованість – 7 разів, а кредиторська заборгованість – 2,5 рази. Зростання рівня оборотності кредиторської та дебіторської заборгованості та паралельне зростання оборотності активів свідчить про зниження у складі активів низьколіквідної їх частини. Тобто, у структурі оборотних активів зменшилась частка запасів, які є менш ліквідними порівняно з іншими поточними активами.

Проаналізуємо показники періоду обороту підприємства. Динаміку періоду обороту активів підприємства показано у табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Динаміка періоду обороту активів підприємства ПрАТ «Чумак» за 2014–2018 рр.

Актив	Роки, днів					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Період обороту активів, дн	253,4	235,5	231,1	225,1	204,0	-17,9	-4,4	-5,9	-21,1
Період обороту запасів, дн	68,9	59,1	52,7	54,2	51,0	-9,8	-6,4	1,5	-3,2
Період обороту дебіторської заборгованості, дн	116,1	127,5	144,9	141,8	140,7	11,4	17,4	-3,1	-1,0
Тривалість операційного циклу, дн	185,0	186,6	197,6	196,0	191,7	1,6	11,0	-1,6	-4,2
Період обороту кредиторської заборгованості, дн	116,1	127,5	144,9	141,8	140,7	11,4	17,4	-3,1	-1,0
Тривалість фінансового циклу, дн	68,9	59,1	52,7	54,2	51,0	-9,8	-6,4	1,5	-3,2

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

У 2017-2018 рр. спостерігається зниження показників періоду обороту сукупних активів, що в значній мірі зумовлено зменшенням у цьому періоді пасивної частини основних засобів та малоліквідних оборотних активів. Період обороту дебіторської заборгованості у 2017-2018 рр. скоротився на 1,0 дня за рахунок зниження рівня її погашення. В зв'язку з наведеними вище факторами тривалість операційного циклу скоротилася у 2017–му році на 1,6 дні, у 2018–му – скоротилася на 4,0 дні (рис. 1.2).

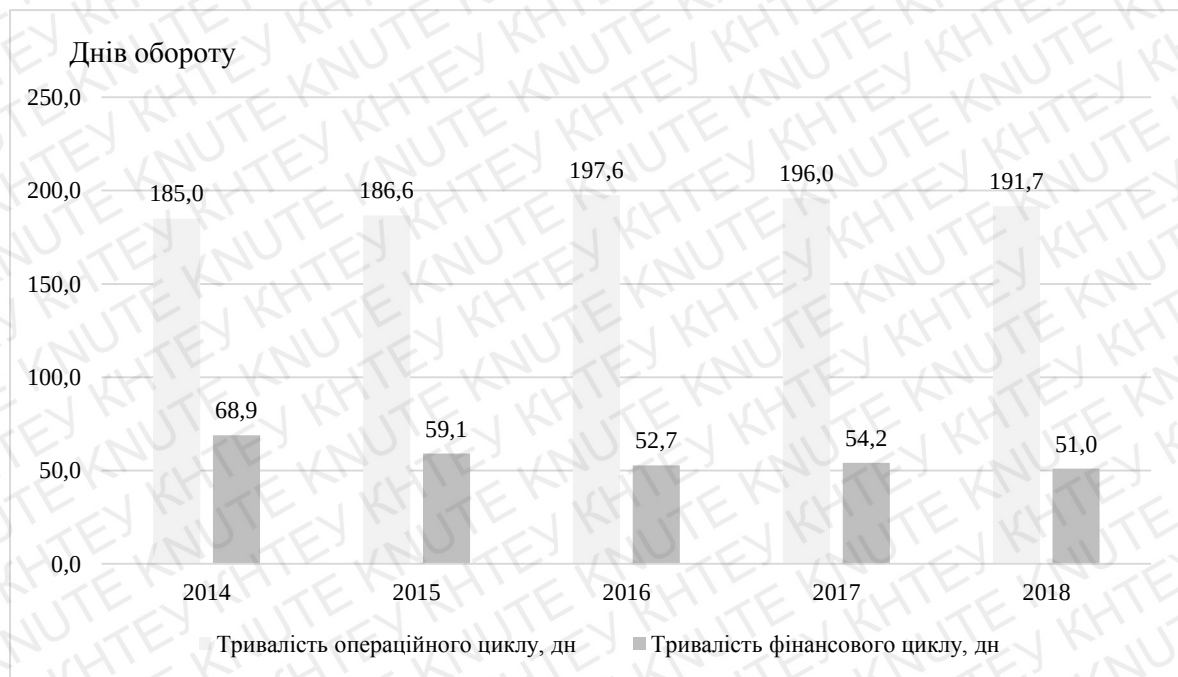


Рис. 1.2. Динаміка тривалості операційного та фінансового циклу підприємства ПрАТ «Чумак» за 2014–2018 рр., днів

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Тривалість фінансового циклу характеризує період від вкладання коштів до їх повернення (період повного обороту грошових коштів інвестованих в оборотні активи з моменту погашення кредиторської заборгованості). У 2017–му році тривалість фінансового циклу зросла на 1,5 дні внаслідок скорочення періоду обороту кредиторської заборгованості 11 днів та зростання тривалості операційного циклу. У 2018–му році тривалість фінансового циклу знизилась на 3,2 дні переважно внаслідок скорочення тривалості операційного циклу цього періоду та періоду обороту кредиторської заборгованості (рис. 1.2).

Розглянувши вищесказане, в цілому можна зробити висновок про те, що перевищення тривалості операційного циклу над фінансовим свідить про наявність у обороті підприємства значного обсягу ресурсів, які інвестовані у запаси та дебіторську заборгованість. Це зумовлене виробничою специфікою роботи підприємства.

Праналізуємо показники рентабельності діяльності підприємства. Аналіз показників рентабельності активів показано у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Динаміка показників рентабельності активів ПрАТ «Чумак» за 2014–2018 рр., %

Актив	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Рентабельність активів	13,5	-51,6	-23,9	4,0	8,4	-65,2	27,7	27,9	4,4
Рентабельність оборотних активів	21,5	-76,0	-32,3	5,1	10,7	-97,4	43,6	37,4	5,6
Рентабельність необоротних активів	36,6	-161,2	-91,7	17,5	37,9	-197,8	69,5	109,2	20,4
Рентабельність реалізації	9,5	-33,8	-15,3	2,5	4,7	-43,3	18,4	17,8	2,3
Валова рентабельність операційних витрат	8,1	7,3	11,2	24,6	32,3	-0,8	3,9	13,3	7,8

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Рентабельність активів у 2017 році порівняно з 2016–м зросла на 27,9%, що може свідчити про відносно високі обсяги інвестування в підприємство, внаслідок чого суми вкладених коштів в оборотний та необоротний капітал сприяли генеруванню чистого прибутку. У 2018 році показник рентабельності

активів порівняно з 2017–м роком зріс на 4,43%, що зумовлено отриманням підприємством прибутку.

Отже, проаналізувавши основні особливості фінансово–господарської діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «Чумак» ми прийшли висновку, що в цілому за досліджуваний період підприємство збільшувало обсяги своєї матеріально-технічної бази та доходи від реалізації продукції. Коефіцієнт загальної платоспроможності станом на 31.12.2018 р. скоротився на 0,277 пункти порівняно з значенням даного показника на 31.12.2017 р. При цьому скорочення показника проміжної ліквідності склало 0,143, що свідчить про зменшення обсягу запасів порівняно з іншими ліквідними активами підприємства. Рівень оборотності активів досліджуваного підприємства перебуває на достатньо високому рівні. Активи обертаються в середньому 1,5–2,0 разів на рік. Зокрема дебіторська заборгованість – 7 разів, а кредиторська заборгованість – 2,5 рази. Рентабельність активів у 2017 році порівняно з 2016–м зросла на 27,9%, що може свідчити про відносно високі обсяги інвестування в підприємство, внаслідок чого суми вкладених коштів в оборотний та необоротний капітал сприяли генеруванню чистого прибутку. У 2018 році показник рентабельності активів порівняно з 2017–м роком зріс на 4,43%, що зумовлено отриманням підприємством прибутку.

1.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Чумак»

Організація ЗЕД на підприємстві здійснюється переважно у формі експортних операцій. Операцій з імпорту є порівняно меншими і стосуються переважно закупівель харчових добавок і спецій (для виробництва кетчупів та консервованої продукції) та обладнання для організації виробничих процесів.

Формування стратегії виходу досліджуваного підприємства є невід’ємною складовою його загальної організаційної стратегії. Вона передбачає здійснення експорту продукції підприємством на ринки різних країн. Експортна виручка

підприємства є складовою його доходів та важливим елементом операційного бюджету.

Процес формування стратегії підприємства ПрАТ «Чумак» при його виході на зовнішні ринки здійснюється на основі наступних нормативів:

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

Для ефективного виходу на зовнішній ринок на рівні підприємства побудована адекватна умовам його роботи структура керування.

У ПрАТ «Чумак» основні функції в цій сфері керування експортною діяльністю акумулює комерційний відділ. За організацію здійснення операцій реалізації експортної продукції у ПрАТ «Чумак» відповідає комерційний директор, який керує роботою менеджерів ЗЕД. Підприємство здійснює постачання плодочеревих консервів на зовнішній ринок на умовах EXW. Компанія покупець оплачує повністю усі транспортні витрати при експорті

продукції. Витрати ПрАТ «Чумак» на експорт складаються з таких складових: собівартість виробленої продукції, накладні витрати (включають розподілені витрати на оплату праці адміністративного персоналу, зайнятого у процесі обслуговування виробництва), витрати на організацію експортних операцій (документооборот, підтримка інформаційної системи, витрати на оплату праці працівників, які приймають участь у обслуговуванні експорту), витрати на збут (маркетингові витрати на просування продукції на експорт).

Розглянемо особливості реалізації заходів з виходу на зовнішній ринок підприємства ПрАТ «Чумак». Для цього проаналізуємо показники експорту в цілому та за регіональною і товарною структурою, показники його ефективності. Формування експортної політики підприємства ПрАТ «Чумак», яке реалізує консервовану продукцію різних видів, полягає у визначеності асортиментного ряду – тобто, компанія реалізує сталий асортимент продукції, до якої можна віднести такі продуктові групи:

- консерви овочеві;
- консерви плодово-ягідні;
- мариновані овочі у герметичній упаковці;
- кетчупи та соуси;
- Консерви овочеві.

Наведені види продукції виробляються на спеціальних автоматизованих лініях підприємства. Продукція, яка спрямована на експорту, має окремий товарний склад та маркування, що відрізняється від продукції, призначеної для внутрішнього ринку.

Проведемо спочатку оцінку динаміки обсягу та структури експорту за основними видами продукції, географічними напрямками. Показники обсягу експорту за товарними групами а географічними напрямками показано у табл. 1.6 та на рис. 1.3.

Результати табл. 1.6 свідчать, що підприємством у 2014р. експортовано продукції на суму 265,5 млн. грн., у 2015р. – 348,8 млн. грн. у 2016р. – 393,4 млн. грн., у 2017р. – 469,8 млн. грн. та у 2018р. – 584,6 млн. грн.

Таблиця 1.6

Динаміка обсягів експорту ПрАТ «Чумак» у 2014–2018рр., млн.грн

Товарні групи	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Консерви овочеві	127,4	188,4	216,4	244,3	286,5	61	28	28	42	47,8	12,9	14,9	17,3
Консерви плодово-ягідні	29,2	14,0	27,5	47,0	70,2	-15	14	19	23	-52,2	70,6	97,4	49,3
Мариновані овочі у герметичній упаковці	69,0	83,7	86,6	122,1	128,6	15	3	36	6	21,3	41,1	3,4	5,3
Кетчупи та соуси	21,2	41,9	35,4	32,9	64,3	21	-6	-3	31	97,1	-7,1	-15,4	95,6
Консерви овочеві	18,6	20,9	27,5	23,5	35,1	2	7	-4	12	12,6	-14,7	31,6	49,3
Разом, експорт продукції	265,5	348,8	393,4	469,8	584,6	83	45	76	115	31,4	19,4	12,8	24,4

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Обсяги експорту продукції підприємства зросли у 2015р. на 76,0%, у 2016 році – зросли на 19,4% у 2017 році – на 115,0%. У 2018 році обсяг експорту підприємства зріс на 24,4%, що було зумовлено загальною тенденцією збільшення обсягів діяльності.

У 2018 році зростання обсягу експорту відбувалось по таким товарним групам – «Консерви овочеві» (17,3%), «Консерви плодово-ягідні» (49,3%), «Мариновані овочі у герметичній упаковці» (5,3%), «Кетчупи та соуси» – на 96,6%, «Консерви овочеві» - на 49,3%. Особливим попитом на зарубіжних ринках, зокрема ЄС та Азії, користується товарна група «Консерви овочеві» та «Кетчупи і соуси».

Товарну структуру експорту продукції підприємства наведено на рисунку

1.3.

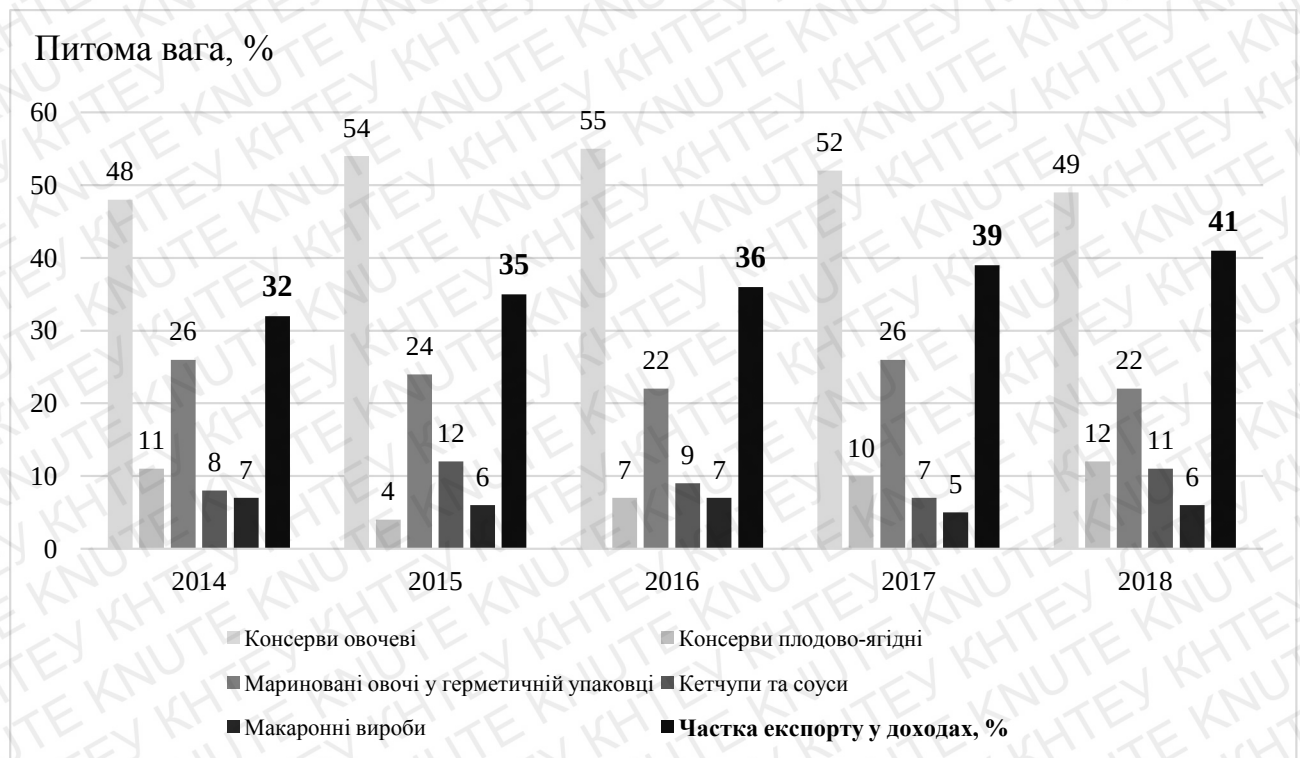


Рис. 1.3. Динаміка товарної структури експорту підприємства та його частки у доходах за 2014–2018 рр., %

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Як свідчать дані рис. 1.3, в цілому у товарній структурі експорту найбільшу питому вагу займають такі товарні позиції як «Консерви овочеві та «Мариновані овочі у герметичній упаковці. На товарну групу «Консерви овочеві впродовж 2014–2018 рр. в середньому припадало 48-49% від загального обсягу експорту. Товарна група «Мариновані овочі у герметичній упаковці» займала 22-26% від загального обсягу експортованої продукції.

Проаналізуємо регіональну структуру експорту підприємства. Для цього розглянемо показники обсягу експорту за географічною структурою, які показано у табл. 1.7.

Як свідчать дані табл. 1.7, основними регіональними напрямками експорту продукції підприємства були два – країни Азії (Китай, Індія, Таїланд, тощо) та країни Західної і Східної Європи. Експорт продукції до країн Азії у 2014 році

становив 85,2 млн. грн., а у 2018 році він збільшився до 191,2 млн. грн., що становить 26,4% приросту відносно 2017 року.

Таблиця 1.7

**Динаміка обсягів експорту ПрАТ «Чумак» за географічними напрямками
у 2014–2018 рр., млн.грн**

Регіони та країни	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, (+/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Країни Азії	85,2	115,5	114,8	151,3	191,2	30,3	-0,6	36,4	39,9	35,5	-0,5	31,7	26,4
– Китай	41,4	69,4	72,0	104,3	136,8	28,0	2,6	32,3	32,6	67,6	3,7	44,8	31,2
– Індія	32,6	35,2	33,4	30,1	29,2	2,6	-1,8	-3,4	-0,8	7,9	-5,0	-10,1	-2,7
– інші	11,2	10,8	9,4	16,9	25,1	-0,4	-1,4	7,5	8,2	-3,3	-12,7	79,4	48,5
Країни Західної та Східної Європи	180,3	233,4	278,5	318,5	393,5	53,1	45,1	40,0	75,0	29,5	19,3	14,3	23,6
– Німеччина	29,5	30,4	24,8	18,8	0,0	0,9	-5,6	-6,0	-18,8	3,0	-18,4	-24,1	-100,0
– Чехія	60,8	110,2	139,3	197,8	253,7	49,4	29,1	58,5	56,0	81,3	26,4	42,0	28,3
– Угорщина	84,2	80,6	103,5	94,9	120,5	-3,6	22,9	-8,5	25,5	-4,3	28,4	-8,3	26,9
– інші	5,9	12,2	11,0	7,0	19,3	6,3	-1,2	-4,0	12,3	108,3	-9,7	-36,1	173,9
Разом	265,5	348,8	393,4	469,8	584,6	83,3	44,6	76,3	114,9	31,4	12,8	19,4	24,4

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Експорт продукції до Китаю за 2017-2018 рр. збільшився на 31,2%, до Індії – скоротився на 2,7%. Найбільші обсяги експорту до країн Європи спостерігалися за такими напрямками як Угорщина та Чехія. Експорт продукції до країн Європи у 2014 році становив 180,3 млн. грн., а у 2018 році він збільшився до 393,5 млн. грн., що становить 23,6% приросту відносно 2017 року. Експорт продукції до Німеччини за 2017-2018 рр. скоротився на 100,0%, до Чехії – зріс на 28,3%, до Угорщини - збільшився на 26,9%. Скорочення обсягу експорту до Німеччини у 2018 році було зумовлене діяльністю українського конкурента

ПрАТ «Ніжинський овочеконсервний завод», який запропонував більш низькі ціни та можливість виробництва в Україні під ексклюзивною торговою маркою для Німеччини (ТМ Monoloit). Керівництво ПрАТ «Чумак» не використало усі стратегічні можливості для збереження експорту в цій країні.

Структуру експорту продукції ПрАТ «Чумак» за географічними напрямками наведено у табл. 1.8 та на рис. 1.6.

Таблиця 1.8

**Динаміка географічної структури експорту ПрАТ «Чумак»
у 2014–2018 рр., %**

Вид продукції	Роки					Абсолютне відхилення (+/-), %			
	2014	2015	2016	2017	2018	у 2015 до 2014	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017
Країни Азії	32,1	33,1	29,2	32,2	32,7	1,0	-3,9	3,0	0,5
– Китай	15,6	19,9	18,3	22,2	23,4	4,3	-1,6	3,9	1,2
– Індія	12,3	10,1	8,5	6,4	5,0	-2,2	-1,6	-2,1	-1,4
– інші	4,2	3,1	2,4	3,6	4,3	-1,1	-0,7	1,2	0,7
Країни Західної та Східної Європи	67,9	66,9	70,8	67,8	67,3	-1,0	3,9	-3,0	-0,5
– Німеччина	11,1	8,7	6,3	4,0	0,0	-2,4	-2,4	-2,3	-4,0
– Чехія	22,9	31,6	35,4	42,1	43,4	8,7	3,8	6,7	1,3
– Угорщина	31,7	23,1	26,3	20,2	20,6	-8,6	3,2	-6,1	0,4
– інші	2,2	3,5	2,8	1,5	3,3	1,3	-0,7	-1,3	1,8
Разом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

В цілому, у 2014-2018 рр. структура експорту у розрізі регіонів була стабільною. В межах регіону Азіатського напрямку за обсягами експорту домінували такі країни як Китай та Індія, на які у 2018 році припадало відповідно 23,4% та 5,0%.

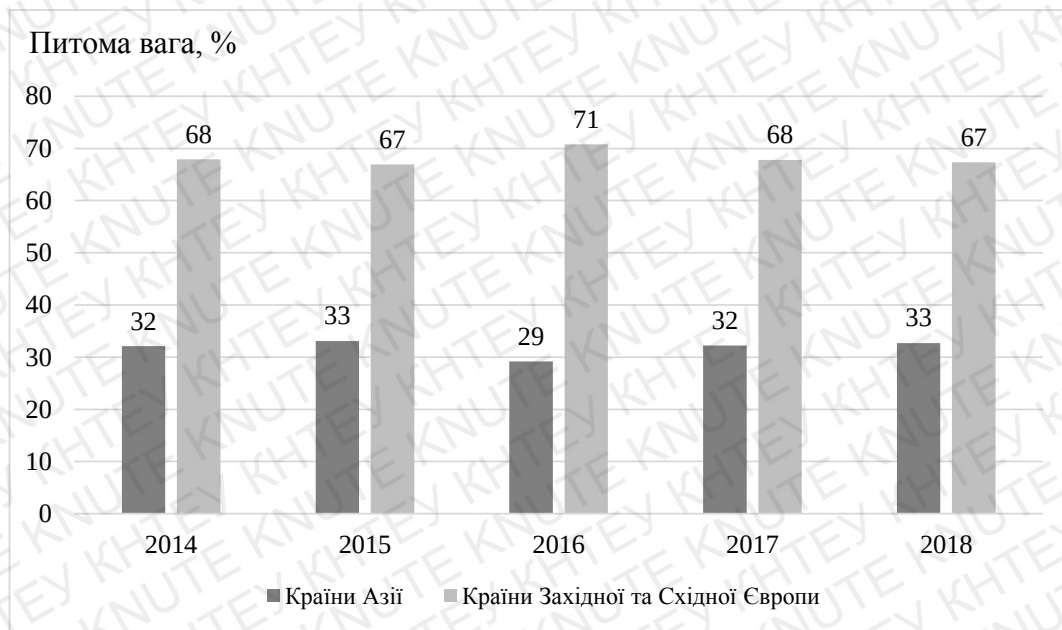


Рис. 1.6. Динаміка географічної структури експорту підприємства за 2014–2018 рр., %

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

З даних рис. 1.6 можемо бачити, що в цілому у географічній структурі експорту найбільшу питому вагу займають Країни Азії. На даний регіон припадало впродовж 2014–2018 рр. 67-68% від загального обсягу експорту підприємства. На країни Європи протягом аналізованого періоду припадало приблизно 33% від загального обсягу експорту.

Отже, аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства дає підстави свідчити про те, що обсяги експорту мають тенденцію до зростання. При цьому в загальній структурі експорту підприємства домінує частка країн Азії. На даний регіон припадало впродовж 2014–2018 рр. 67-68% від загального обсягу експорту підприємства. На країни Європи протягом аналізованого періоду припадало приблизно 33% від загального обсягу експорту. Найбільші обсяги експорту до країн Європи спостерігалися за такими напрямками як Угорщина та Чехія. Експорт продукції до країн Європи у 2014 році становив 180,3 млн. грн., а у 2018 році він збільшився до 393,5 млн. грн., що становить 23,6% приросту відносно 2017 року. Експорт продукції до Німеччини за 2017-2018 рр. скотився на 100,0%, до Чехії – зріс на 28,3%, до Угорщини - збільшився на 26,9%.

Формування експортної діяльності ПрАТ «Чумак», яке реалізує консервовану продукцію різних видів, полягає у стабільності продуктового портфелю – тобто, компанія реалізує лише той асортимент, який виробляється виробничими лініями ПрАТ «Чумак».

1.3. Оцінка ефективності зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак»

Аналіз ефективності експорту підприємства передбачає визначення її впливу на ключові показники експортної діяльності, що відображають результати проведення експортних операцій на зовнішніх ринках. Для оцінки ефективності зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак» на зовнішніх ринках доцільно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати рівень ефективності експортних операцій підприємства ПрАТ «Чумак» у розрізі усіх експортних контрактів;
- здійснити оцінку ефективності експорту у розрізі окремих контрактів (за групами продукції).

Визначення ефективності експортних операцій та ефективності здійснення експорту в процесі торгівлі продукцією підприємства наведено в табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Динаміка показників ефективності здійснення експортних операцій ПрАТ «Чумак» за 2014-2018 рр., %

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2014-2018 рр.		2017-2018 рр.	
		2014	2015	2016	2017	2018	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Чистий дохід від експорту продукції на зовнішні ринки, млн.грн	Де	265,5	348,8	393,4	469,8	584,6	319,1	120,2	114,9	24,4

Продовження табл. 1.9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Виробничі витрати (прямі та непрямі), млн.грн	Вв	164,9	221,2	257,7	304,4	364,2	199,3	120,9	59,8	19,6
Накладні витрати, млн.грн	Нв	20,4	29,0	33,2	43,2	49,5	29,1	142,3	6,3	14,6
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), млн.грн	$CB = Bv + Hb$	185,3	250,1	290,9	347,6	413,7	228,4	123,3	66,1	19,0
Адміністративні та збутові витрати, млн.грн	Во	10,2	14,5	16,6	21,6	24,8	14,5	142,3	3,2	14,6
Загальні витрати на експорт, млн.грн	$3B = CB + Bo$	195,5	264,6	307,6	369,2	438,5	243,0	124,2	69,3	18,8
Ефект від експорту, млн.грн	$Ee = De - 3B$	70,0	84,2	85,9	100,5	146,1	76,1	108,8	45,6	45,3
Ефективність експорту	$Ee = De / 3B$	1,36	1,32	1,28	1,27	1,33	-0,03	-1,8	0,06	4,8
Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій, %	$Pe = Ee / 3B \times 100\%$	35,8	31,8	27,9	27,2	33,3	-2,5	-	6,1	-
Рентабельність експортної реалізації, %	$Pe = Ee / De \times 100\%$	26,3	24,1	21,8	21,4	25,0	-1,4	-	3,6	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Як свідчать дані табл. 1.9 в цілому динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною. У 2014 році показник ефективності експортних операцій становив 1,36, а у 2016-2017 роках ефективність експорту знизилась до 1,28 та 1,27 пункти відповідно. У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту на 0,06 пункти до рівня 1,33 пункти. Така ситуація зумовлена тим, що

у 2016-2017 рр. відбувалося значне зростання собівартості випущеної продукції, внаслідок чого рівень ефективності експорту мав тенденцію до скорочення. У 2018 році керівництвом підприємства було виконано ряд заходів по зниженню собівартості, що вплинуло на збільшення ефективності експорту.

Таким чином, виходячи з наведеної динаміки показника ефективності експорту можна сказати, що у 2018 році зростала і ефективність експортної діяльності ПрАТ «Чумак». У 2014-2018 рр. помітним було збільшення обсягу ефекту від експорту на 76,1 млн.грн або на 108,8%. При цьому варто відмітити, що на зміну ефекту від експорту у 2018 році впливали такі чинники:

- зростання обсягу доходів від експортної реалізації на 24,4% вплинуло на збільшення ефекту від експорту;
- темпи зростання сукупних виробничих витрат та витрат по обслуговуванню експорту складали відповідно 19,6% та 14,6%, що впливало на зниження ефекту від експорту.

Як свідчать дані табл. 1.9, у 2014 році рентабельність витрат на експорт становила 35,8%, а рентабельність експортної реалізації – 26,3%. У 2017 році показники рентабельності експортної діяльності були мінімальними, що було зумовлене значними обсягами витрат. У 2016-2017 р. внаслідок зростання цін на енергоносії та паливе збільшувалася собівартість як сировини (сільськогосподарська продукція), так і основних виробничих процесів (витрати електроенергії і газу). Відповідно, збільшувались і загальні експортні витрати.

Для подальшого проведення оцінки ефективності експорту скористаємося управлінською інформацією відділу ЗЕД підприємства щодо основних параметрів ефективності контрактів щодо постачання ключових експортних продуктових позицій - «Консерви овочеві» та «Мариновані овочі у герметичні упаковці» за 2014-2018 рр. Показники оцінки ефективності експортних операцій ПрАТ «Чумак» по товарній групі «Консерви овочеві» за 2014-2018 рр. наведено у табл. 1.10. Як свідчать дані табл. 1.10 у 2014 році показник ефективності експорту по контрактам з реалізації товарної групи «Консерви овочеві» становив 1,44, а у 2014-2015 роках ефективність експорту по цій групі продукції знизилась

до 1,40 пункти, у 2015-2016 рр – до 1,36 пункти, у 2016-2017 рр. – до 1,35 пункти відповідно.

Таблиця 1.10

Оцінка ефективності експортних операцій ПрАТ «Чумак» по товарній групі «Консерви овочеві» за 2014-2018 рр.

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2014-2018 рр.		2017-2018 рр.	
		2014	2015	2016	2017	2018	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Чистий дохід від експорту продукції, млн.грн	Де	127,4	188,4	216,4	244,3	286,5	159,0	124,8	42,2	17,3
Виробничі витрати (прямі та напрямі), млн.грн	Вв	75,2	113,5	134,6	150,4	169,5	94,4	125,5	19,2	12,7
Накладні витрати, млн.грн	Нв	8,9	14,1	16,5	20,3	21,9	13,0	147,3	1,6	8,0
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), млн.грн	СВ = Вв + Нв	84,0	127,6	151,1	170,7	191,4	107,4	127,8	20,8	12,2
Адміністративні та збутові витрати, млн.грн	Во	4,4	7,1	8,3	10,1	11,0	6,5	147,3	0,8	8,0
Загальні витрати на експорт, млн.грн	ЗВ=СВ+Во	88,5	134,6	159,4	180,8	202,4	113,9	128,8	21,6	11,9
Ефект від експорту, млн.грн	Ее = Де - ЗВ	39,0	53,7	57,0	63,5	84,1	45,1	115,7	20,6	32,4
Ефективність експорту	Ее = Де / ЗВ	1,44	1,40	1,36	1,35	1,42	-0,03	-1,7	0,06	4,8
Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій, %	Ре = Ее / ЗВ x 100%	44,1	39,9	35,8	35,1	41,5	-2,5	-	6,4	-
Рентабельність експортної реалізації, %	Ре = Ее / Де x 100%	30,6	28,5	26,3	26,0	29,3	-1,2	-	3,4	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Консерви овочеві» до рівня 1,42 пункти. Зміна ефективності експорту була зумовлена зростанням обсягу витрат на виготовлення продукції у 2015-2017 рр, а також накладних витрат та витрат на обслуговування експортних операцій. Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій у 2017-2018 рр. зросла на 6,4%, а рентабельність експортної реалізації – на 3,4%.

Показники оцінки ефективності експортних операцій ПрАТ «Чумак» по товарній групі «Мариновані овочі у герметичні упаковці» за 2014-2018 рр. наведено у табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Оцінка ефективності експортних операцій ПрАТ «Чумак» по товарній групі «Мариновані овочі у герметичні упаковці» за 2014-2018 рр.

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2014-2018 рр.		2017-2018 рр.	
		2014	2015	2016	2017	2018	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Чистий дохід від експорту продукції, млн.грн	Де	69,0	83,7	86,6	122,1	128,6	59,6	86,3	6,5	5,3
Виробничі витрати (прямі та непрямі), млн.грн	Вв	46,4	57,4	61,3	75,2	74,8	28,5	61,4	-0,4	-0,5
Накладні витрати, млн.грн	Нв	5,5	7,1	7,5	10,1	9,7	4,2	77,0	-0,5	-4,7
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), млн.грн	СВ = Вв + Нв	51,8	64,6	68,8	85,3	84,5	32,7	63,0	-0,8	-1,0
Адміністративні та збутові витрати, млн.грн	Во	2,7	3,6	3,8	5,1	4,8	2,1	77,0	-0,2	-4,7
Загальні витрати на експорт, млн.грн	ЗВ=СВ+Во	54,6	68,1	72,6	90,4	89,3	34,8	63,7	-1,1	-1,2
Ефект від експорту, млн.грн	Ее = Де - ЗВ	14,5	15,6	13,9	31,7	39,3	24,8	171,6	7,5	23,8

Продовження табл. 1.11

Ефективність експорту	$E_e = D_e / ZB$	1,27	1,23	1,19	1,35	1,44	0,17	13,8	0,09	6,6
Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій, %	$Pe = E_e / ZB \times 100\%$	26,5	22,9	19,2	35,1	44,0	17,5	-	8,9	-
Рентабельність експортної реалізації, %	$Pe = E_e / D_e \times 100\%$	20,9	18,6	16,1	26,0	30,5	9,6	-	4,6	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Як свідчать дані табл. 1.11 в у 2014 році показник ефективності експорту по контрактам з реалізації товарної групи «Мариновані овочі у герметичні упаковці» становив 1,27, а у 2014-2015 роках ефективність експорту по цій групі продукції знизилась до 1,23 пункти, у 2015-2016 рр – до 1,19 пункти. У 2016-2017 рр. – до 1,35 пункти відповідно. У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Мариновані овочі у герметичні упаковці» до рівня 1,44 пункти. Зміна ефективності експорту була зумовлена зростанням обсягу витрат на виготовлення продукції у 2015-2017 рр, атакож накладних витрат та витрат на обслуговування експортних операцій.

Отже, проведена оцінка основних показників ефективності експорту дозволила виявити основні тенденції у його зміні. Як свідчать результати проведеного нами аналізу ефективності експортних операцій ПрАТ «Чумак» за 2014-2018 рр. Динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною. У 2014 році показник ефективності експортних операцій становив 1,36, а у 2016-2017 роках ефективність експорту знизилась до 1,28 та 1,27 пункти відповідно. У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту на 0,06 пункти до рівня 1,33 пункти. Така ситуація зумовлена тим, що у 2016-2017 рр. відбувалося значне зростання собівартості випущеної продукції, внаслідок чого рівень ефективності експорту мав тенденцію до скорочення. У 2018 році керівництвом підприємства було виконано ряд заходів по зниженню собівартості, що вплинуло на збільшення ефективності експорту.

Висновки до розділу 1

На даний момент підприємство ПрАТ «Чумак» є одним з найбільших виробників харчових товарів на території України та інших країн СНД. Досліджено особливості організаційної структури підприємства, яка є лінійно-функціональною. Окремі підрозділи підприємства взаємодіють між собою. Обсяги доходів ПрАТ «Чумак» постійно зростали впродовж останніх п'яти років, що було основним чинником формування позитивного фінансового результату та рентабельності. Обсяг чистого прибутку, що є передумовою формування фінансової рівноваги.

Проведений аналіз динаміки загальних обсягів експорту свідчить, що він мав постійну тенденцію до нарощування. У 2014 році показник ефективності експорту по контрактам з реалізації товарної групи «Консерви овочеві» становив 1,44, а у 2014-2015 роках ефективність експорту по цій групі продукції знизилась до 1,40 пункти, у 2015-2016 рр – до 1,36 пункти, у 2016-2017 рр. – до 1,35 пункти відповідно. При цьому в загальній структурі експорту підприємства домінує частка країн Азії. На даний регіон припадало впродовж 2014–2018 рр. 67-68% від загального обсягу експорту підприємства.

На країни Європи протягом аналізованого періоду припадало приблизно 33% від загального обсягу експорту. Найбільші обсяги експорту до країн Європи спостерігалися за такими напрямками як Угорщина та Чехія. Експорт продукції до країн Європи у 2014 році становив 180,3 млн. грн., а у 2018 році він збільшився до 393,5 млн. грн., що становить 23,6% приросту відносно 2017 року. Експорт продукції до Німеччини за 2017-2018 рр. скотився на 100,0%, до Чехії – зріс на 28,3%, до Угорщини - збільшився на 26,9%. Формування експортної діяльності ПрАТ «Чумак», яке реалізує консервовану продукцію різних видів, полягає у стабільності продуктового портфелю – тобто, компанія реалізує лише той асортимент, який виробляється виробничими лініями ПрАТ «Чумак».

У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Консерви овочеві» до рівня 1,42 пункти. Зміна ефективності експорту була зумовлена

зростанням обсягу витрат на виготовлення продукції у 2015-2017 рр, атакож накладних витрат та витрат на обслуговування експортних операцій. Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій у 2017-2018 рр. зросла на 6,4%, а рентабельність експортної реалізації – на 3,4%.

Для продуктової групи «Мариновані овочі у герметичні упаковці» ефективність експорт у 2014 році склала 1,27, а у 2014-2015 роках ефективність експорту знизилась до 1,23 пункти, у 2015-2016 рр – до 1,19 пункти. У 2016-2017 рр. – до 1,35 пункти відповідно. У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Мариновані овочі у герметичні упаковці» до рівня 1,44 пункти. Зміна ефективності експорту була зумовлена зростанням обсягу витрат на виготовлення продукції у 2015-2017 рр, атакож накладних витрат та витрат на обслуговування експортних операцій.

РОЗДІЛ 2

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ КОНТРАКТІВ ПРАТ «ЧУМАК»

2.1. Визначення напрямків удосконалення процесу розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак»

Для удосконалення процесів розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак» варто здійснити огляд перспектив розширення присутності на зовнішньому ринку за рахунок пошуку нових ринків збуту. Пріоритети розвитку експортної діяльності полягають у можливості зростання обсягу збуту на зовнішній ринок у визначених цільових товарних сегментах. На наш погляд, на зовнішньому ринку для підприємства на сьогодні найбільш перспективним є товарний сегмент плодочервоної консервованої продукції. Тому варто коротко розглянути основні передумови для зростання обсягів експорту продукції.

Процес формування ефективного механізму розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак» необхідно переглянути формування самої системи управління експортними операціями. Удосконалення процесу здійснення експортних операцій включає в себе формулювання цілей і задач, визначення складу і місця підрозділів, їх ресурсне забезпечення, розробку регламентуючих процедур, документів, положень, що закріплюють регулюючі форми, методи, процеси, які здійснюються в організаційній системі управління.

Оптимізація загальної структурної схеми формування механізму розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак» в усіх випадках має принципове значення, оскільки при цьому визначаються головні характеристики підприємства, а також напрями, за якими повинно бути здійснене більш поглиблене проектування як організаційного забезпечення експорту, так і інших важливих аспектів системи збуту товарів на зовнішньому ринку. До принципових характеристик оптимізованої моделі механізму розробки

та реалізації зовнішньоторговельних контрактів, які нам необхідно визначити на цьому етапі, відносяться:

- цільові параметри здійснення бізнес-процесів у сфері експортної діяльності ПрАТ «Чумак» - збільшення обсягів експорту, розширення ринку збуту та зростання прибутковості;
- проблеми, що підлягають вирішенню:
 - а) зростання обсягів експорту та його прибутковості;
 - б) підвищення ефективності роботи апарату управління ПрАТ «Чумак».

Організаційна структура підприємства давно вже не змінювалася, хоча саме підприємство за останні 5 років значно наростило свої обсяги діяльності, зросла кількість операційного персоналу. Тому існує гостра потреба в оптимізації організаційним умов здійснення експортних операцій. Потребують змін як сама організаційна система управління експортом, так і посадові обов'язку ряду посад. Обґрунтуємо прогнозні зміни до системи організаційного забезпечення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак» методом розкладення існуючого функціоналу за основними підрозділами та визначення напрямків його оптимізації (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Пропозиції удосконалення організаційного забезпечення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак»

Блоки управління експортними операціями підприємства	Фактична структура персоналу, який приймає участь в управлінні експортом		Напрямки коригування організаційного дизайну системи управління експортними операціями підприємства	Пропонована оптимальна структура персоналу, який приймає участь в управлінні експортом	
	Назва посади	осіб		Назва посади	осіб
1	2	3	4	5	6
Організаційне управління для розвитку експорту	Директор	1	Без змін	Директор	1
	Заступник директора	1	Без змін	Заступник директора	1
	Юрист	1	Скоротити посаду юриста, прийняти офіс-менеджера	Офіс-менеджер	1

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5	6
Фінансово-облікове забезпечення експортних операцій	Головний бухгалтер	1	Без змін	Головний бухгалтер	1
	Фінансовий директор	1	Без змін	Фінансовий директор	1
	Бухгалтер	3	Скоротити чисельність бухгалтерів	Заступник головного бухгалтера	1
	Економіст	2	Скоротити чисельність економістів	Економіст	1
	х	х	Запровадити нову посаду	Контролер	1
Управління експортною діяльністю	Комерційний директор	1	Без змін	Комерційний директор	1
	Менеджер з продажу	5	Запровадити нову посаду	Менеджер з продажу	3
	Помічник менеджера	3		Бренд-менеджер	3
Управління маркетингом	Директор з маркетингу	1	Без змін	Директор з маркетингу	1
	Маркетолог	2	Змінити посадові обов'язки, скоротити чисельність	Маркетолог	1
Управління складськими процесами та логістикою	Директор складу	1	Скоротити дану посаду, підпорядкувати експортному директору	-	-
	Комірник	2	Змінити посаду та функціональні обов'язки	Логіст	2
	Вантажник	4	Без змін	Вантажник	4

*Джерело: складено на основі аналізу організаційної структури та посадових обов'язків співробітників

Дамо роз'яснення внесеним пропозиціям, що наведені в табл. 2.1. З метою удосконалення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів пропонується відкрити посаду офіс-менеджера для оптимізації процесу документообороту, за який раніше відповідав юрист. Юридичні функції пропонується перевести на аутсорсинг.

В системі управління експортними процесами на сьогодні за організацію експортної діяльності відповідає комерційний директор. Його посада є ключовою на підприємстві, оскільки від нього залежить виконання планів продажу та прибутковості діяльності. Оцінка посадових обов'язків та процесу роботи помічників менеджерів та менеджерів, зокрема, дав можливість виявити вузькі місця у процесі виконання функцій кожною з посад. Посадові обов'язки цих категорій працівників перетинаються, я виконували ними функції дуже часто дублюються. Вважаємо за доцільне скоротити посаду помічника менеджера, оскільки вона є малоефективною. Натомість, необхідно реорганізувати самі процеси управління експортом продукції. Пропозицією є запровадити посаду бренд-менеджерів, які будуть відповідати кожен за свою групу товарів та управляти не лише її продажем, але і організацією складської логістики, контролем процесу виробництва (формування заявок на виготовлення партій товару), комунікацій з постачальниками та іноземними контрагентами, рентабельністю продажу продукції.

За умови наведених пропозицій навантаження на комерційного директора зменшиться. Натомість пропонується наявні резерви робочого часу комерційного директора навантажити функціями пошуку напрямків підвищення ефективності експорту. З цією метою пропонується скоротити посаду директора складу. Замість посади комірника пропонується запровадити в штаті посаду логіста, основною функцією якого буде організація процесу внутрішньоскладської логістики та відвантаження продукції іноземним покупцям згідно умов Інкотермс.

Покращення експортної діяльності підприємства має бути спрямоване передусім на оптимізацію окремих бізнес-процесів зі збуту продукції на зовнішньому ринку. Цей процес має враховувати особливості операцій з товароруху плодочеревих консервів та наявні тенденції у зміні структури асортименту. Для впровадження оптимальної моделі управління в сфері експортної діяльності ПрАТ «Чумак» пропонуємо впровадити відповідний алгоритм, який умовно можна представити на рис. 2.1.

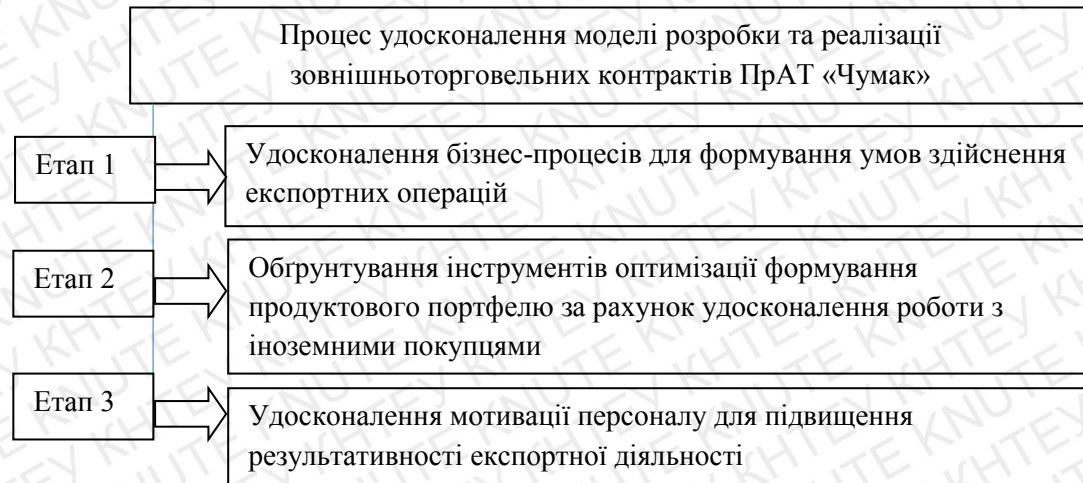


Рис. 2.1. Процес удосконалення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів на підприємстві ПрАТ «Чумак»

*Джерело: розроблено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Удосконалення бізнес-процесів для формування умов здійснення експортної діяльності має передбачати передусім формування оптимальної організаційної структури на рівні комерційного відділу, яка має враховувати усі особливості та нюанси сучасного ринку плодочевоконсервної продукції. На наш погляд, варто здійснити зміну у функціоналі менеджерів комерційного відділу, які відповідають за постачання лише своїх окремих груп товарів. Справа в тім, що на сучасному етапі менеджери з продажу не відповідають безпосередньо за результати експорту. Це накладає певний негативний відбиток як на сам процес організації їх роботи, так і на результати формування продуктового портфелю для обслуговування експортних замовлень.

На наш погляд, для удосконалення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів варто здійснити шляхом реорганізації структури комерційного відділу та впровадження нової посади – бренд-менеджер. Бренд-менеджери мають відповідати за увесь цикл товароруху по своїй категорії продукції від її постачання до моменту експортної реалізації. Оскільки на сьогодні підприємство в структурі асортименту ряд різнорідних продуктових категорій – консерви, маринади та кетчупи, то пропонується впровадити різні посади бренд-менеджерів по кожній товарній категорії.

Відповідно до цього на підприємстві рекомендується виділити функції експортного управління та створити експортний відділ.

Пропоновану організаційну структуру експортного відділу, яка дасть змогу більш ефективно здійснювати експортну діяльність підприємства, наведено на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Оптимізована організаційна структура експортного відділу

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

При цьому бренд-менеджери повинні мати право впливати на рішення експортного та маркетингового директорів. Це дозволить з одного боку підвищити рівень гнучкості прийнятих бренд-менеджерами рішень, а з іншого – підвищить рівень їх відповідальності за результати експортної діяльності.

Лінією з двома стрілочка показано встановлення функціональних зв'язків між окремими посадами в межах експортного відділу. Перелік функцій бренд-менеджерів в рамках формування нової моделі управління експортною діяльністю має розширитися, відповідно до чого бренд-менеджери повинні мати змогу здійснювати формулювання завдань для інших працівників нижчої ланки управління (менеджерів).

Перелік розширених функцій бренд-менеджерів в рамках удосконалення управління експортною діяльністю ПрАТ «Чумак» наведено у табл. 2.2. Наведені пропозиції до організації здійснення зовнішньоторговельних операцій мають

вплинути на підвищення її ефективності в цілому, а також закріпити перспективи більш результативної роботи персоналу експортного відділу в напрямку удосконалення і розвитку існуючих географічних напрямків експорту.

Таблиця 2.2

Перелік оптимізованого функціоналу працівників експортного відділу в рамках удосконалення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Чумак»

<i>Поточна ситуація (наявні функції)</i>		<i>Пропозиції (пропоновані функції)</i>	
<i>Функції експортної роботи</i>	<i>Посада</i>	<i>Функції експортної роботи</i>	<i>Посада</i>
Контроль логістики	+ Комерційний директор	Контроль постачання	+ Бренд-менеджер
Встановлення цін	+ Комерційний директор	Аналіз та пропонування цін для узгодження експортним директором	+/- Бренд-менеджер
		Встановлення цін	+ Директор з експорту
Планування складської програми	+ Комерційний директор	Пропозиції до формування складської програми	+/- Бренд-менеджер (бренд-менеджери мають впливати на рішення по обсягу складу в рамках кожної товарної позиції)
Контроль асортименту та якості	+ Комерційний директор +/- товарознавець	Контроль асортименту та якості ів	+ Бренд-менеджер +/- товарознавець
Планування бюджету продажів	+ Комерційний директор +/- регіональний менеджери	Планування бюджету продажів	+ Директор з експорту -/+ бренд-менеджер +/- регіональний менеджери

+ функція присутня у бренд-менеджера

- функція відсутня у бренд-менеджера

+/- бренд менеджер має переважний вплив на бізнес-процес

-/+ бренд менеджер має консультативний (рекомендаційний) вплив на бізнес-процес

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Чумак»

Отже, виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновки про необхідність на підприємстві ПрАТ «Чумак» продовження роботи щодо вивчення нових зовнішніх ринків на предмет перспективності експорту консервованої продукції для них. Також досить важливим є проведення досліджень в сфері розширення асортименту продукції та доповнення її новими позиціями, які за своїми споживними властивостями могли б відповідати відповідним зовнішнім регіональним ринкам. Удосконалення бізнес-процесів для розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів має передбачати передусім формування оптимальної організаційної структури на рівні комерційного відділу, яка має враховувати усі особливості та нюанси сучасного ринку плодочевоконсервної продукції. На наш погляд, варто здійснити зміну у функціоналі менеджерів комерційного відділу, які відповідають за постачання лише своїх окремих груп товарів. Для удосконалення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів варто здійснити шляхом реорганізації структури комерційного відділу та впровадження нової посади – бренд-менеджер. Бренд-менеджери мають відповідати за увесь цикл товароруку по своїй категорії продукції від її постачання до моменту експортної реалізації.

2.2. Розробка комплексу заходів щодо удосконалення експортного контракту ПрАТ «Чумак»

Сьогодні для підприємства можна визначити 4 перспективні регіони у розвитку експорту: ЄС / EU, Азія / EMEA, СНД / CIS, Середземномор'я та Північна Азія.

Вибір приймаючої країни для формування асортименту експортної продукції має базуватися як на особливостях ведення бізнесу в цій країні, так і на особливостях формування конкурентного середовища в межах цієї країни.

Для обґрунтування вибору країни для експорту спочатку визначитися з рядом критеріїв формування цільового ринку. Для вибору цільового ринку при здійсненні експортних операцій доцільно було б обрати такі країни близького

зарубіжжя, які в значних обсягах споживають консервовану плодовоовочеву продукцію, а також мають сприятливе географічне розміщення і адекватні умови для ведення міжнародного бізнесу. У табл. 2.3 наведено критерії обґрунтування цільового ринку для організації експорту підприємством ПрАТ «Чумак».

Таблиця 2.3

Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні експортної операції

Фактори, що визначають вибір регіону для експорту	ЄС / EU	Азія / EMEA	СНД / CIS	MENA
1	2	3	4	5
Країни, які входять в перелік потенційних для експорту в межах регіону	Польща	Китай, Корея, Індія	Біло- русія, Казах- стан, Узбе- кистан	ОАЕ, Саудівськ а Аравія, Катар
Низький потенціал збуту				
Високий потенціал збуту	+		+	+
Олігополістична конкуренція			+	+
Низькі виробничі витрати	+	+	+	+
Високі виробничі витрати				
Обмежувальна політика щодо імпорту			+	+
Ліберальна політика щодо імпорту		+		
Низька географічна відстань	+		+	+
Значна географічна відстань		+		
Економіка, що динамічно розвивається	+	+		
Економіка зі стагнаційними процесами			+/-	
Жорсткий валютний контроль	+		+	
Ліберальна валютна політика				
Довгострокові перспективи зниження курсу національної валюти	+		+	
Довгострокові перспективи зростання курсу національної валюти	+	+		
Незначні відмінності соціально-культурного середовища	+		+	
Високий політичний ризик			+	

*Джерело: складено автором

Проаналізувавши фактори, наведені у табл. 2.3. доцільним є вибір країн Азії в якості регіону для експорту продукції. Варто додати, що регіон СНД (CIS region) є привабливим, однак для нього характерні значні економічні (ринкові,

конкурентні) та політичні ризики. Натомість країни ЄС є максимально відкритими для зовнішньої торгівлі, зокрема для експорту продукції (в цьому в значній мірі сприяє угоду про Асоціацію з ЄС), яка має певний рівень дефіцитності внутрішнього виробництва плодів та овочів консервованих виробів.

На наш погляд, на сьогодні для підприємства перспективним є ринок Польщі, що зумовлено значним потенціалом даної країни, привабливими умовами оподаткування для іноземних компаній та високим попитом на плодів та овочів консервовану продукцію. Також досить позитивним фактором є невелика віддаленість даної країни.

Надалі варто конкретизувати вибір країни для здійснення експорту у розрізі окремих асортиментних позицій. Специфіка вибору країн для експорту продукції підприємства є те, що сама продукція в значній мірі є орієнтованою на споживачів, які мають корені з країн СНД або ж культуру споживання плодів та овочів консервованих. Прикладом такої схеми розподілу може слугувати поточна робота у сфері розробки програм з виробництва продукції під брендами замовників у країнах ЄС. У випадку просування продукції на ринки, де споживачі в значній мірі складаються з корінного населення (країни ЕМЕА, MENA), відбувається коригування рецептури в бік побажань та смаків місцевого споживача.

Продовжуючи вищевикладене, варто також навести показники світового виробництва плодів та овочів консервованих. Зараз провідні позиції в світі по виробництву консервованої продукції, а також кетчупів та соусів у Європейському регіоні займає Польща. Найбільшими споживачами консервованих плодів та овочів є країни з найбільшим рівнем середньодушового доходу населення - ЄС і США. Значний внутрішній ринок збуту - важливий фактор, що сприяє розвитку національної переробки, випуску та експорту в інші країни продуктів з високою доданою вартістю. У випадку консервованих плодів та овочів подібний механізм реалізований такими країнами, як Голландія, Бельгія та Німеччина. Не будучи виробниками помітних обсягів сировини, вони входять в ТОП-5 експортерів консервованих плодів та овочів. Провідним

виробником консервованих плодів та овочів в світовому рейтингу є країни Латинської Америки - провідний в світі виробник і експортер томатів та перцю (рис. 2.3).

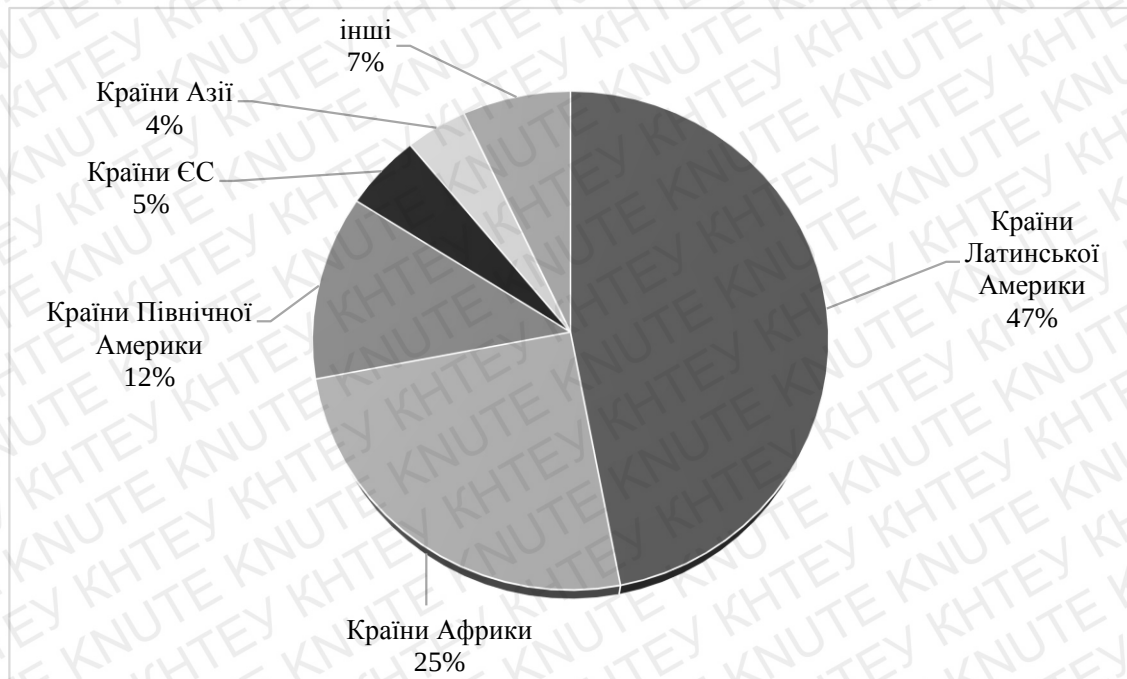


Рис. 2.3. Географічна структура світового обсягу випуску консервованих плодів та овочів у 2018 рр., %

*Джерело: складено автором

Динаміка світового ринку консервованих плодів та овочів визначається двома протилежними тенденціями: високорозвинуті країни нарощують споживання свіжих продуктів як ефективного джерела вітамінів і корисного для здоров'я продукту харчування; у країнах з невисоким рівнем середньодушового доходу відбувається відмова від споживання традиційних «масових» свіжих продуктів, як продукту з високою вартістю та масовий перехід до консервованої (або переробленої) продукції, яку реалізують переважно через торговельні мережі.

З наведеного вище випливає, що ПрАТ «Чумак» має прямі можливості щодо активізації експорту до таких регіонів країни ЄС та країни Азії. Оскільки, виходячи зі статистичних даних, на ці регіони припадає найменший обсяг

випуску консервованої продукції, то на цих ринках компанія ПрАТ «Чумак» може зустріти найменшу конкуренцію з боку місцевих виробників.

Планування та організації зовнішньоторговельної експортної операції передбачає в нашому випадку визначення основних етапів, які необхідні для експортної релізації на ринок Польщі. З цією метою варто визначити основні етапи планування експортної поставки та обґрунтувати можливу ціну експорту.

Для ПрАТ «Чумак» доцільним є обрання прямого методу здійснення здійснення експортної операції. Це дозволяє отримати додаткову фінансову вигоду, оскільки зменшуються витрати на суму комісійної винагороди посереднику. Також знижується ризик і залежність результатів комерційної діяльності від можливої недобросовісної чи недостатньої компетентності посередницької організації. Прямий метод дозволяє постійно знаходитись на ринку, враховувати його зміни і своєчасно на них реагувати. ПрАТ «Чумак» здійснює експортну діяльність через свій відділ ЗЕД.

Зазвичай експортні операції на підприємстві, як було зазначено у питанні 1.2, здійснювались на умовах поставки EXW, склад підприємства. У зв'язку з тим, що експорт до Польщі підприємством ще не здійснювався, то на початковому етапі співпраці з іноземними партнерами з Польщі доцільно для підприємства взяти на себе витрати по доставці товару до пункту розмитнення, тобто обрати базисні умови поставки FCA.

При обранні транспортного засобу для доставки товару до пункту передачі в м. Херсон (митний склад) беззаперечно і логічно обирати лише автомобільний транспорт.

У умовах зовнішньоторговельного контракту з потенційним іноземним покупцем з Польщі варто перебачити такі валютно-фінансові умови:

- валюту ціни;
- валюту платежу;
- курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу при їх неспівпадінні;
- захисні валютні застереження проти ризику валютних втрат у разі зміни курсу валют.

Валютою краще є вільноконвертована валюта країн з розвинуеною ринковою економікою, тому для виконання експортної операції ПрАТ «Чумак» доцільно обрати євро, яка є універсальною на території ЄС.

Формою розрахунку для майбутньої операції контрагенти обираємо банківський переказ з платежем проти поставки товару. Банківський переказ являє собою просте доручення комерційного банку покупця своєму банку-кореспонденту (банку експортера) виплатити певну суму грошей за дорученням та за рахунок переказодавця (імпортера) експортеру із зазначенням способу відшкодування банку-платнику виплаченої ним суми.

Як вже зазначалося раніше, ПрАТ «Чумак» здійснює свою зовнішньоторговельну діяльність шляхом укладання договорів з потенційними партнерами.

Спочатку, на основі комерційної пропозиції, варто розробити проект контракту, який варто передати контрагенту. Схему перспективної операції з експорту продукції ПрАТ «Чумак» до Польщі наведено на рис. 2.4.

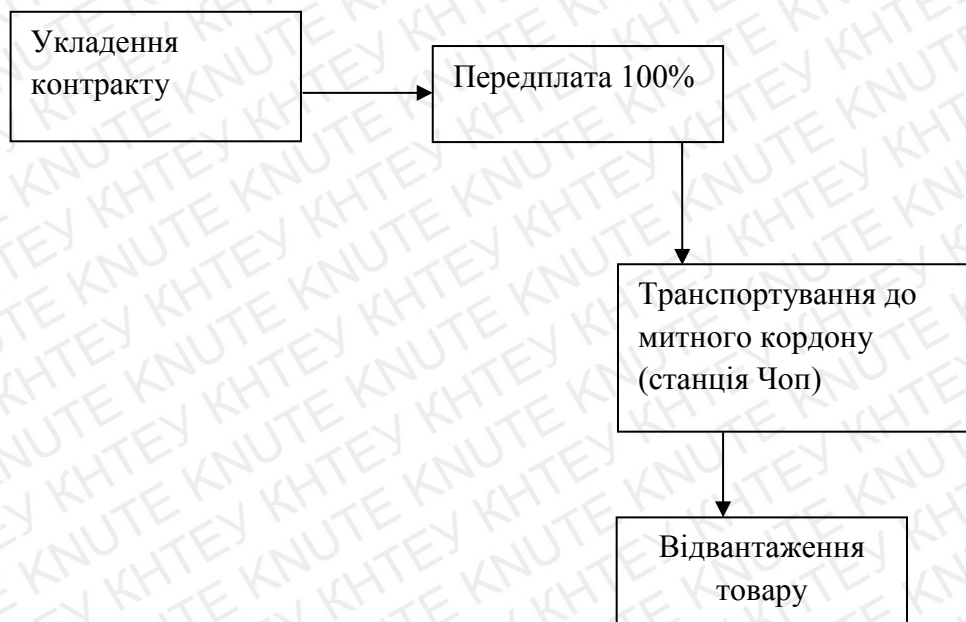


Рис. 2.4. Схема перспективної операції з експорту продукції ПрАТ «Чумак» до Польщі

*Джерело: запропоновано автором

Також при умові відвантаження товару покупцеві, формується договір на надання транспортно-експедиційних послуг з транспортною компанією та транспортна накладна.

Надалі варто обґрунтувати можливу експортну ціну задля оцінки ефективності операції. В табл. 2.4. наведено основні показники конкурентних матеріалів по конкурентних альтернативним постачальникам на основі преїскурантів.

Таблиця 2.4

Конкурентні матеріали по основним параметрам зовнішньоторговельних угод з експорту

№	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
		ПрАТ «Чумак» (дані відділу ЗЕД підприємства)	ПрАТ «Агро-Трейд»	ПрАТ «Еко-Фуд»
1	2	3	4	5
1	Вид продукції	Огірки мариновані в герметичній упаковці (упаковка 3 кг)		
2	Одиниця виміру	штука		
3	Відпускна ціна у за 1 од. грн	9,3 євро	8,7 євро	8,9 євро
4	Рік конкурентного матеріалу	2019	2018	2019
4	Базисні умови поставки, згідно Інкотермс 2010	FCA	EXW	EXW
5	Умови оплати	100% передоплата	Відстрочка платежу 30 дн.	Відстрочка платежу 30 дн.
6	Джерело інформації	Фактична угода	преїскурант	преїскурант
7	Мінімальний бсяг для можливості знижки, од.	-немає (знижки надають лише клієнтам, які купували більше 100 млн.грн)	Від 5000 од. знижка 5% на решту партії	Від 10000 од. знижка 7% на решту партії

*Джерело: складено автором за даними підприємств

На основі наведених конкурентних матеріалів будемо формувати ціну майбутнього контракту. Виходячи з наведених в конкурентному листі фактичних

комерційних умов, орієнтовний рівень конкурентної зовнішньоторговельної ціни здійснюється за формулою 2.1:

$$P_i = P_0 + K_i + K_b + K_c + K_y, \text{ де} \quad (2.1)$$

P_i – конкурентна зовнішньоторговельна ціна;

P_0 - базова зовнішньоторговельна ціна;

K_i – сумарна поправка на інфляцію (період конкурентного матеріалу);

K_b – сумарна поправка на комерційні умови;

K_c – сумарна поправка на комплектацію;

K_y – сумарна поправка на уторгування.

При визначенні базової зовнішньоторговельної ціни можна взяти або середню ціну на товар на зовнішньому ринку, або ж повну собівартість виробництва 1 кг металевої продукції. Величина повної собівартості збільшується на середню величину з сумарної величини поправок

Ціни конкурентних матеріалів визначені у єдиній валюті – євро. Процес приведення цін до гривні проводити не доцільно. Ціни конкурентних та довідкових матеріалів, перераховані у валюту ціни майбутньої угоди, приводять до терміну майбутньої угоди із врахуванням можливих змін цін (під впливом подорожчання товарів, світової інфляції тощо) у періоди, які пройшли з дати конкурентного матеріалу до планованої дати підписання майбутнього контракту. Для цього використовують індекси цін на відповідний вид товару, які офіційно публікуються у національних довідниках країн конкурентних матеріалів або у довідниках ООН.

Приведення конкурентних матеріалів здійснюється за формулою 2.2:

$$C_1 = C_0 * I_1 / I_0, \text{ де} \quad (2.2)$$

C_1 - приведена ціна за терміном угоди;

C_0 — ціна, запропонована фірмою у конкурентному матеріалі;

I_1 - індекс цін на дату поставки за контрактом;

I_0 — індекс цін на запропонований у конкурентному матеріалі термін здійснення поставки.

Поправка на інфляцію розраховується за формулою 2.3:

$$K = C_1 - C_0 \quad (2.3)$$

В табл. 2.3 наведемо розрахункі величини поправки на ціну для ПрАТ „Чумак”

Таблиця 2.5

Індекси цін на плодочконсервну продукцію, 2019-2020 рр.

Рік	Індекс цін, %
2019	104
2020	105
Вихідний індекс цін	1,09

*Джерело: складено автором за даними [3]

Використовуючи вищенаведені формули, та показники цін та індексів цін, в табл. 2.6 можна визначити величини поправок на термін угоди:

Таблиця 2.6

Розрахунок поправок на інфляцію

Підприємства	Рік контракту	Вихідний індекс цін 2018-2019 рр.	Ціна пропозиції, євро	Ціна, приведена до умов інфляційних очікувань	Величина поправки, євро./шт..
ПрАТ «Агро-Трейд»	2017	1,09	8,7	9,48	0,78

*Джерело: складено автором за даними [3]

Як правило, ціни за базисними умовами поставок при експорті приводяться до ціни FCA, при імпорті - до ціни EXW.

Таким чином, приведення ціни FCA до ціни EXW можна розрахувати за формулою 2.4 та занести до таблиці 2.7:

$$C_{FCA} = C_{exw} + I \quad (2.4)$$

де C_{EXW} та C_{FCA} - ціни на продукцію з врахуванням транспортування на умовах;

I - вартість доставки вантажу зі складу продавця до місця навантаження (пункт переходу відповідальності за товар до покупця – смт. Мартусовка).

Таблиця 2.7

Приведення цін до умов FCA

Підприємства	Ціна прейскуранта (EXW)	Вартість транспорт ування, %	Ціна, приведена до умов FCA	Величина поправки, євро/шт.
ПрАТ «Агро-Трейд»	8,7	1,2%	8,80	0,10
ПрАТ «Еко-Фуд»	8,9	1,2%	9,01	0,11

*Джерело: складено автором на основі даних підприємств

Поправка розраховується зі знаком «+», якщо базис поставки за майбутнім контрактом передбачає більше зобов'язань з боку об'єкта дослідження, тобто є більш вигідним для контрагента, ніж у конкурентних матеріалах, і, навпаки, якщо базис поставки майбутнього контракту є менш сприятливим для іноземного контрагента, ніж базис поставки за конкурентними матеріалами, ставиться знак «-».

Вартість транспортування до пункту передачі покупцю обраховується на рівні, що не перевищує 1,2% від вартості вантажу, вказаної в контракті, що визначається на момент перетину митної території.

Величина поправки на вторгування визначається виходячи з різниці між ціною, що враховує вартість поправки, та ціною, що зазначена в преїскуранті. Розрахунок комерційних умов представлений в табл.2.8. Розмір ціни, визначений з врахуванням поправки на вторгування при % її рівні, обчислюється наступним чином, за формулою 2.5:

$$C_1 = C_0 (1 \pm P/100) \quad (2.5)$$

де $C1$ – ціна з врахуванням поправки;

$C0$ – ціна без врахування поправки;

P – рівень поправки у %.

У нашому випадку ми взяли знак (+), оскільки вартість імпорту може бути реально завищена, порівняно з вартістю, що зазначена в прейскуранті.

Таблиця 2.8

Розрахунок величин поправок на виторгування (комерційні умови)

Конку- ренти	Ціна угоди, грн/шт.	Обсяг, який ми плануємо поставля- ти, од	Міні- мальна партія, од.	Решта партії під знижку, од.	Рівень уторгу- вання, %	Середня ціна з урахуванням знижки на обсяг, що перевищує мін.партію, євро	Величи- на поправк и на євро/од.
ПрАТ «Агро- Трейд»	8,7	2000	500	1500	-5%	8,37	-0,33
ПрАТ «Еко-Фуд»	8,9		1000	1000	-7%	8,59	-0,31

* Джерело: складено автором за даними підприємств

У випадку експорту продавцю вигідніше отримувати кошти до моменту поставки, тобто в якості 100% передплати. Саме такий варіант майбутньої угоди і було обґрунтовано. Але ми повинні привести ціни альтернативних пропозицій до даної умови. У випадку експорту, якщо плата затримується на певний період, то це розглядається як відволікання обігових коштів з обороту. Ціною (платою) за це є альтернативні фінансові витрати, які несе продавець на обсягу коштів, які були відстрочені покупцю. Дана ціна урівноважується ставкою кредитування по короткостроковим кредитам – в середньому 32% річних.

Розрахуємо поправки на умови платежу:

ПрАТ «Агро-Трейд»:

Поправка = $8,7 \text{ грн} * 32\% * (30 \text{ дн}/360 \text{ дн}) = -0,23 \text{ євро}$

ПрАТ «Еко-Фуд»:

$$\text{Поправка} = 8,9 \text{ грн} * 32\% * (30 \text{ дн}/360 \text{ дн}) = -0,24 \text{ євро}$$

На основі проведених розрахунків поправок було складено конкурентний лист (див. Додаток Б).

Можливу експортну ціну визначаємо як середню величину:

$$Ц_e = (9,30 + 9,02 + 8,46)/3 = 8,93 \text{ євро}$$

Отже, для розвитку нових ринків збуту доцільним є вибір країн Азії в якості регіону для експорту продукції. Варто додати, що регіон СНД (CIS region) є привабливим, однак для нього характерні значні економічні (ринкові, конкурентні) та політичні ризики. Натомість країни Азії є максимально відкритими для зовнішньої торгівлі, зокрема для експорту продукції, яка має високий рівень дефіцитності внутрішнього виробництва. Для підприємства перспективним є ринок Польщі, що зумовлено значним потенціалом даної країни, привабливими умовами оподаткування для іноземних компаній та високим попитом на плодочеконсервну продукцію. Також досить позитивним фактором є невелика віддаленість даної країни. Було обгрунтовано умови експорту продукції підприємства до Польщі. Базисними умовами постачання продукції підприємства на ринок Польщі визначено FCA. Умови платежу визначено на рівні 100% передплати з можливістю поступового переходу до умов оплати 50% (передплата) / 50% (оплата за фактом). Експортна ціна визначена на рівні 8,93 євро за 1 кг продукції (огірки мариновані в герметичній упаковці), який підприємство ПрАТ «Чумак» може пропонувати для експорту.

2.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів

У даному питанні спочатку визначимо показники ефективності експортної операції щодо виходу на ринок Польщі. Оцінимо ефективність по прогнозованій операції, виходячи з того, що поставка планується в обсязі 2000 тонн продукції на 2020 рік, 3000 тонн на 2021 рік, 4000 тонн – 2022 рік. Основні умови для визначення ефективності експорту на ринок Польщі наведено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Показники для визначення ефекту та ефективності експорту продукції на ринок Польщі

№	Показники	од.вим	Умовне позначення	2020	2021	2022
1	Товар, що експортується	-		Огірки мариновані в герметичній упаковці (упаковка 1 кг)		
2	Базисні умови поставки	-		FCA, Інкотермс 2020		
3	Вартість доставки машиною вантажу до митного складу (місце передачі вантажу Покупцю)	євро	ТРВ	150		
4	Ціна товару при експорті у валюті	євро	Цв	8,93		
7	Курс валюти на момент платежу	грн/євро	к	32,14		
8	Умови оплати	-	100% передоплата безготівковим розрахунком на р/р Продавця			
9	Обсяг поставки	тонн	ОП	2000	3000	4000
10	Собівартість продукції, без ПДВ	грн/кг	СВ	36,68		
11	Витрати на транспортування (доставка вантажу у пункт передачі Покупцю)	грн на 1-ну / тону	ТВ	750		
12	Витрати по організації експорту, %	%	Вое	6,5%		
13	Накладні витрати	%	НВ	7,5%		

*Джерело: складено автором

Обґрунтуємо показники ефекту та ефективності на основі визначення таких показників:

- витрати по експорту до Польщі;
- виручка від експорту до Польщі;
- ефект та ефективність експорту Польщі.

При цьому варто відмітити, що витрати по організації експорту та накладні витрати визначено на рівні 2018 року за показником частки витрат у доходах від експортної реалізації:

Частка накладних витрат у обсягах доходів від експорту: $Чн.в = 9,7$

$$\text{млн.грн} / 128,6 \text{ млн.грн} * 100\% = 7,5\%$$

Частка витрат на обслуговування експорту: $Чое.в = 4,8 \text{ млн.грн} / 128,6$

$$\text{млн.грн} * 100\% = 6,5\%$$

Результати оцінки ефективності експорту продукції до Польщі наведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Оцінка прогнозного ефекту та ефективності експорту продукції на ринок Польщі у 2020-2022 рр.

Показники	Формула	Період		
		2020	2021	2022
Базисні умови поставки		FCA	FCA	FCA
Прогнозний курс, грн / євро	КВ, за даними НБУ	28	30	32
Обсяг постачання, тонн	ОП	2000	3000	4000
Ціна експорту, євро / упаковку	Це	8,93	8,93	8,93
Собівартість продукції, в грн / кг		36,68	36,68	36,68
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, млн.грн	$Де = ОП * Це * ПК / 3000$	166,7	267,9	381,0
Виробничі витрати (прямі та непрямі), млн.грн	$Вв = ОП * СВ / 1000$	73,4	110,0	146,7
Накладні витрати, млн.грн	$Нв = 7,5\% * Де$	12,5	20,1	28,6
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), млн.грн	$СВ = Вв + Нв$	85,9	130,1	175,3
Адміністративні та збутові витрати, млн.грн	$Во = 6,5\% * Де$	10,8	17,4	24,8
Загальні витрати на експорт, млн.грн	$ЗВ = СВ + Во$	96,7	147,5	200,1
Ефект від експорту, млн.грн	$Ее = Де - ЗВ$	70,0	120,4	181,0
Ефективність експорту	$Ее = Де / ЗВ$	1,72	1,82	1,90
Рентабельність витрат на здійснення ЗЕД, %	$Ре = Ее / ЗВ * 100\%$	72,4	81,6	90,4
Рентабельність експортної реалізації, %	$Ре = Ее / Де * 100\%$	42,0	44,9	47,5

*Джерело: розраховано автором

Надалі визначимо прогнозні обсяги фінансових результатів підприємства. Для формування прогнозних розрахунків спочатку варто навести зведену

таблицю з можливими результатами та витратами на впровадження усіх запропонованих заходів (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

**Можливі результати та витрати на впровадження заходів з покращення механізму розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ЗЕД
ПрАТ «Чумак»**

Нава заходу	Вплив заходу на результати роботи підприємства	Витрати по реалізації заходу, млн.грн
Удосконалення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів	Можливість виходу на нові ринки збуту	Підприємство не нестиме додаткових витрат
Розширення ринків збуту (додаткові доходи від експорту)	Доходи підприємства мають зрости на 166,7 млн.грн у 2020 році, 267,9 млн.грн у 2021 році - 381,0 млн.грн у 2022 році	Сукупні витрати на експорт складуть: 96,7 млн.грн у 2020 році, 147,5 млн.грн у 2021 році – 200,1 млн.грн у 2022 році

*Джерело: складено автором

Виходячи з даних фінансової звітності, варто оцінити, як вплинуть запропоновані заходи на результати діяльності за умови їх впровадження. Виходячи з того, економічний ефект запропонованих заходів має вимірюватися кількісною величиною, то доцільно визначити ступінь впливу кожного заходу на обсяги доходів підприємства та обсяги понесених витрат.

Спочатку спрогнозуємо обсяги фінансових результатів досліджуваного підприємства на основі ретроспективних тенденцій, тобто без врахування заходів покращення фінансового забезпечення ЗЕД. Оскільки обсяги доходів та витрат підприємства ПрАТ «Чумак» мають стабільну тенденцію до помірної зростання, то доцільно при прогнозуванні використати економіко-статистичний метод прогнозування.

Для прогнозування показників результативності роботи підприємства було використано економіко-статистичний метод. Відповідно до цього методу ключовим показником прогнозування є обсяг чистого доходу, планові значення якого визначаються на основі екстраполяції середньорічного темпу росту доходів у 2014-2018 рр. Також відмітимо, що було спрогнозовано значення на 2019 рік, оскільки звітність за даний період на підприємстві відсутня (табл. 2.12).

Показники прогнозних витрат розраховано виходячи з рівня відповідної статті витрат у доходах. За результатами проведених розрахунків можемо побачити, що прогнозні показники ефекту роботи підприємства у плановому періоді матимуть поступову тенденцію до зростання.

Таблиця 2.12

**Прогнозні показники результатів діяльності підприємства ПрАТ
«Чумак» у 2020 – 2022 рр. (без урахування заходів), млн.грн.**

Показники	Факт	Пояснення	Прогноз			
	2018		2019*	2020	2021	2022
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	1425,9	Прогнозний обсяг доходу знайдено на основі середнього темпу росту	1632,6	1869,2	2140,2	2450,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	-961,0	Визначено на основі середнього рівня витрат у доходах	-1100,3	-1259,8	-1442,4	-1651,4
Валовий прибуток, ВП	464,9	ВП = ЧД - СВ	532,3	609,5	697,8	799,0
Інші операційні доходи, ІД	20,2	знайдено на основі середнього темпу росту	16,8	14,0	11,6	9,7
Адміністративні витрати, АВ	-72,1	Визначено на основі середнього рівня витрат у доходах	-82,6	-94,6	-108,3	-124,0
Витрати на збут, ВЗ	-242,3		-277,4	-317,7	-363,7	-416,4
Інші операційні витрати, ІОВ	-52,2	знайдено на основі середнього темпу росту	-54,4	-56,7	-47,2	-39,3
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	118,5	ФР = ВП + ІД – АВ – ВЗ - ІОВ	134,7	154,5	190,2	228,9

Продовження табл. 2.12

1	2	3	4	5	6	7
Дохід від участі в капіталі, Дук	-	Зміни не прогножуються	-	-	-	-
Інші фінансові доходи, Діф	0,3	Зміни не прогножуються	0,3	0,3	0,3	0,3
Інші доходи, Ід	32,5	Зміни не прогножуються	32,5	32,5	32,5	32,5
Фінансові витрати, ФВ	-34,1	Зміни не прогножуються	-34,1	-34,1	-34,1	-34,1
Втрати від участі в капіталі, Вук	-	Зміни не прогножуються	-	-	-	-
Інші витрати, ІВ	-39,2	Зміни не прогножуються	-39,2	-39,2	-39,2	-39,2
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	78,0	$\text{ФРоп} = \text{ФР} + \text{Дук} + \text{Діф} + \text{Ід} - \text{ФВ} - \text{Вук} - \text{ІВ}$	94,2	114,0	149,8	188,5
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	-10,3	Визначено на рівні 18% від оподатковуваної бази	-17,0	-20,5	-27,0	-33,9
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	67,7	$\text{ЧП} = \text{ФРоп} - \text{Пп}$	77,2	93,5	122,8	154,5

*Джерело: складено автором

Таким чином, прогнозний обсяг прибутку підприємства без урахування заходів з покращення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів у 2019 році складе 77,2 млн.грн, у 2020 році – 93,5 млн.грн, у 2021 році – 122,8 млн.грн, у 2022 році – 154,5 млн.грн.

У попередніх питаннях було розроблено ряд пропозицій, які дадуть можливість підвищити ефективність розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів підприємства та збільшити обсяги результатів діяльності, а також скоротити витрати по обслуговуванню бізнес-процесів.

Спрогнозуємо показники ефективності роботи підприємства з урахуванням визначених резервів (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Прогнозні показники результатів діяльності підприємства ПрАТ «Чумак» у 2020 – 2022 рр. (з урахуванням заходів удосконалення організації зовнішньоторговельних операцій), млн.грн.

Показники	Факт	Пояснення	Прогноз			
	2018		2019*	2020	2021	2022
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	1425,9	Прогнозний обсяг доходу знайдено на основі даних табл. 2.10 + обсяг експорту з табл. 2.8	1632,6	2035,9	2408,1	2831,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	-961,0	з табл. 2.10 + обсяг собівартості з табл. 2.8	-1100,3	-1408,8	-1659,6	-1944,9
Валовий прибуток, ВП	464,9	ВП = ЧД - СВ	532,3	627,1	748,5	886,5
Інші операційні доходи, ІД	20,2	з табл. 2.10	16,8	14,0	11,6	9,7
Адміністративні витрати, АВ	-72,1	з табл. 2.10 + накладні витрати,	-82,6	-102,3	-123,0	-146,4
Витрати на збут, ВЗ	-242,3	витрати на обсл.ЗЕД з табл. 2.8	-277,4	-312,6	-362,9	-420,4
Інші операційні витрати, ІОВ	-52,2	з табл. 2.10	-54,4	-53,9	-44,9	-37,4
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	118,5	ФР = ВП + ІД – АВ – ВЗ – ІОВ - ВФС	134,7	172,3	229,4	292,1
Дохід від участі в капіталі, Дук	0,0	з табл. 2.10	0,0	0,0	0,0	0,0
Інші фінансові доходи, Діф	0,3	з табл. 2.10	0,3	0,3	0,3	0,3
Інші доходи, Ід	32,5	з табл. 2.10	32,5	32,5	32,5	32,5
Фінансові витрати, ФВ	-34,1	з табл. 2.10	-34,1	-34,1	-34,1	-34,1
Втрати від участі в капіталі, Вук	0,0	з табл. 2.10	0,0	0,0	0,0	0,0
Інші витрати, ІВ	-39,2	з табл. 2.10	-39,2	-39,2	-39,2	-39,2
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	78,0	ФРоп = ФР + Дук + Діф + Ід – ФВ – Вук - ІВ	94,2	131,8	188,9	251,7

Продовження табл. 2.13

1	2	3	4	5	6	7
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	-10,3	Визначено на рівні 18% від оподатковуваної бази	-17,0	-23,7	-34,0	-45,3
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	67,7	$ЧП = ФР_{оп} - Пп$	77,2	108,1	154,9	206,4

*Джерело: розроблено автором

У 2020-2022 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено зростанням експортної реалізації на нові ринки збуту. Прогнозний обсяг прибутку підприємства з урахуванням заходів з покращення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів у 2020 році – 108,1 млн.грн, у 2021 році – 154,9 млн.грн, у 2022 році – 206,4 млн.грн.

Також проілюструємо можливий ефект від впровадження запропонованих заходів (рис. 2.5).

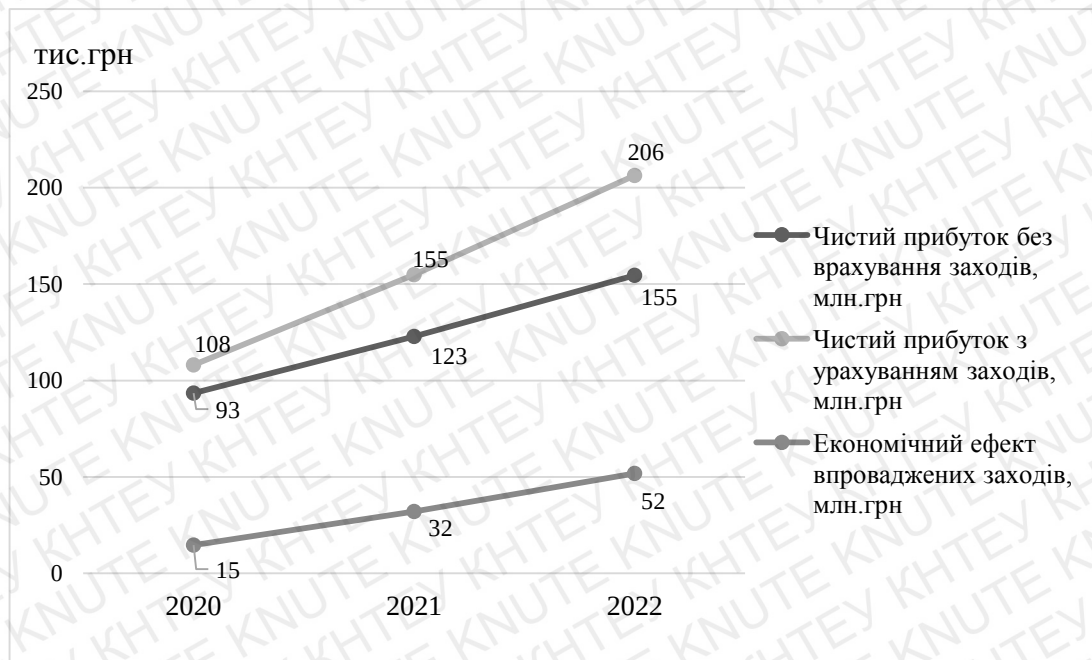


Рис. 2.5. Прогноз ефекту від впровадження заходів з удосконалення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів ЗЕД ПрАТ «Чумак» у 2020 – 2022 рр.*

*Джерело: розроблено автором

Як свідчать результати проведених розрахунків, у 2020 році приріст чистого прибутку (ефект) внаслідок впровадження заходів з удосконалення розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів становитиме 15 млн.грн, у 2021 році – 32 млн.грн, у 2022 році – 52 млн.грн.

Отже, у 2020 році ефект від прогнозованого експорту на ринок Польщі складе 70,0 млн.грн, а рівень ефективності експортних операцій становитиме 1,72 пункти. У 2021 році ефект від прогнозованого експорту на ринок Польщі складе 120,4 млн.грн, а рівень ефективності експортних операцій становитиме 1,1,82 пункти. На 2022 рік передбачено зростання ефекту від експорту продукції до Польщі до рівня 181,0 млн.грн за рахунок збільшення обсягів експортної реалізації. Показник ефективності експорту зросте до 1,90 пункти. У 2020-2022 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено зростанням експортної реалізації на нові ринки збуту. Прогнозний обсяг прибутку підприємства з урахуванням заходів з покращення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів у 2020 році – 108,1 млн.грн, у 2021 році – 154,9 млн.грн, у 2022 році – 206,4 млн.грн. У 2020 році приріст чистого прибутку (ефект) внаслідок впровадження заходів з удосконалення організації зовнішньоторговельних операцій становитиме 15 млн.грн, у 2021 році – 32 млн.грн, у 2022 році – 52 млн.грн.

Висновки до розділу 2

Отже, можна зробити висновки про необхідність на підприємстві ПрАТ «Чумак» продовження роботи щодо вивчення нових зовнішніх ринків на предмет перспективності експорту консервованої продукції для них. Також досить важливим є проведення досліджень в сфері розширення асортименту продукції та доповнення її новими позиціями, які за своїми споживними властивостями могли б відповідати відповідним зовнішнім регіональним ринкам. Удосконалення бізнес-процесів для розробки та реалізації

зовнішньоторговельних контрактів має передбачати передусім формування оптимальної організаційної структури на рівні комерційного відділу, яка має враховувати усі особливості та нюанси сучасного ринку плодочевоконсервної продукції. На наш погляд, варто здійснити зміну у функціоналі менеджерів комерційного відділу, які відповідають за постачання лише своїх окремих груп товарів. Для удосконалення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів варто здійснити шляхом реорганізації структури комерційного відділу та впровадження нової посади – бренд-менеджер. Бренд-менеджери мають відповідати за увесь цикл товароруку по своїй категорії продукції від її постачання до моменту експортної реалізації.

Обґрунтовано умови експорту продукції підприємства до Польщі. Базисними умовами постачання продукції підприємства на ринок Польщі визначено FCA. Умови платежу визначено на рівні 100% передплати з можливістю поступового переходу до умов оплати 50% (передплата) / 50% (оплата за фактом) Експортна ціна визначена на рівні 8,93 євро за 1 кг продукції (огірки мариновані в герметичній упаковці), який підприємство ПрАТ «Чумак» може пропонувати для експорту.

На 2022 рік передбачено зростання ефекту від експорту продукції до Польщі до рівня 181,0 млн.грн за рахунок збільшення обсягів експортної реалізації. Показник ефективності експорту зросте до 1,90 пункти. У 2020-2022 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено зростанням експортної реалізації на нові ринки збуту. Прогнозний обсяг прибутку підприємства з урахуванням заходів з покращення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів у 2020 році – 108,1 млн.грн, у 2021 році – 154,9 млн.грн, у 2022 році – 206,4 млн.грн. У 2020 році приріст чистого прибутку (ефект) внаслідок впровадження заходів з удосконалення організації зовнішньоторговельних операцій становитиме 15 млн.грн, у 2021 році – 32 млн.грн, у 2022 році – 52 млн.грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, за результатами проведеного дослідження можемо сформулювати такі висновки:

Проаналізувавши основні особливості фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «Чумак» ми прийшли висновку, що в цілому за досліджуваний період підприємство збільшувало обсяги своєї матеріально-технічної бази та доходи від реалізації продукції. Коефіцієнт загальної платоспроможності станом на 31.12.2018 р. скоротився на 0,277 пункти порівняно з значенням даного показника на 31.12.2017 р. При цьому скорочення показника проміжної ліквідності склало 0,143, що свідчить про зменшення обсягу запасів порівняно з іншими ліквідними активами підприємства. Рівень оборотності активів досліджуваного підприємства перебуває на достатньо високому рівні. Активи обертаються в середньому 1,5-2,0 разів на рік. Зокрема дебіторська заборгованість – 7 разів, а кредиторська заборгованість – 2,5 рази. Рентабельність активів у 2017 році порівняно з 2016–м зросла на 27,9%, що може свідчити про відносно високі обсяги інвестування в підприємство, внаслідок чого суми вкладених коштів в оборотний та необоротний капітал сприяли генеруванню чистого прибутку. У 2018 році показник рентабельності активів порівняно з 2017–м роком зріс на 4,43%, що зумовлено отриманням підприємством прибутку.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства дає підстави свідчити про те, що обсяги експорту мають тенденцію до зростання. При цьому в загальній структурі експорту підприємства домінує частка країн Азії. На даний регіон припадало впродовж 2014–2018 рр. 67-68% від загального обсягу експорту підприємства. На країни Європи протягом аналізованого періоду припадало приблизно 33% від загального обсягу експорту. Найбільші обсяги експорту до країн Європи спостерігалися за такими напрямками як Угорщина та Чехія. Експорт продукції до країн Європи у 2014 році становив 180,3 млн. грн., а у 2018 році він збільшився до 393,5 млн. грн., що становить 23,6% приросту

відносно 2017 року. Експорт продукції до Німеччини за 2017-2018 рр. скотився на 100,0%, до Чехії – зріс на 28,3%, до Угорщини - збільшився на 26,9%. Формування експортної діяльності ПрАТ «Чумак», яке реалізує консервовану продукцію різних видів, полягає у стабільності продуктового портфелю – тобто, компанія реалізує лише той асортимент, який виробляється виробничими лініями ПрАТ «Чумак».

Проведена оцінка основних показників ефективності експорту дозволила виявити основні тенденції у його зміні. Як свідчать результати проведеного нами аналізу ефективності експортних операцій ПрАТ «Чумак» за 2014-2018 рр. Динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною. У 2014 році показник ефективності експортних операцій становив 1,36, а у 2016-2017 роках ефективність експорту знизилась до 1,28 та 1,27 пункти відповідно. У 2018 році відбулося зростання ефективності експорту на 0,06 пункти до рівня 1,33 пункти. Така ситуація зумовлена тим, що у 2016-2017 рр. відбувалося значне зростання собівартості випущеної продукції, внаслідок чого рівень ефективності експорту мав тенденцію до скорочення. У 2018 році керівництвом підприємства було виконано ряд заходів по зниженню собівартості, що вплинуло на збільшення ефективності експорту.

Можна зробити висновки про необхідність на підприємстві ПрАТ «Чумак» продовження роботи щодо вивчення нових зовнішніх ринків на предмет перспективності експорту консервованої продукції для них. Також досить важливим є проведення досліджень в сфері розширення асортименту продукції та доповнення її новими позиціями, які за своїми споживними властивостями могли б відповідати відповідним зовнішнім регіональним ринкам. Удосконалення бізнес-процесів для розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів має передбачати передусім формування оптимальної організаційної структури на рівні комерційного відділу, яка має враховувати усі особливості та нюанси сучасного ринку плодочевоконсервної продукції. На наш погляд, варто здійснити зміну у функціоналі менеджерів комерційного відділу, які відповідають за постачання лише своїх окремих груп

товарів. Для удосконалення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів варто здійснити шляхом реорганізації структури комерційного відділу та впровадження нової посади – бренд-менеджер. Бренд-менеджери мають відповідати за увесь цикл товароруку по своїй категорії продукції від її постачання до моменту експортної реалізації.

Для розвитку нових ринків збуту доцільним є вибір країн Азії в якості регіону для експорту продукції. Варто додати, що регіон СНД (CIS region) є привабливим, однак для нього характерні значні економічні (ринкові, конкурентні) та політичні ризики. Натомість країни Азії є максимально відкритими для зовнішньої торгівлі, зокрема для експорту продукції, яка має високий рівень дефіцитності внутрішнього виробництва. Для підприємства перспективним є ринок Польщі, що зумовлено значним потенціалом даної країни, привабливими умовами оподаткування для іноземних компаній та високим попитом на плодочеконсервну продукцію. Також досить позитивним фактором є невелика віддаленість даної країни. Було обгрунтовано умови експорту продукції підприємства до Польщі. Базисними умовами постачання продукції підприємства на ринок Польщі визначено FCA. Умови платежу визначено на рівні 100% передплати з можливістю поступового переходу до умов оплати 50% (передплата) / 50% (оплата за фактом). Експортна ціна визначена на рівні 8,93 євро за 1 кг продукції (огірки мариновані в герметичній упаковці), який підприємство ПрАТ «Чумак» може пропонувати для експорту.

У 2020 році ефект від прогнозованого експорту на ринок Польщі складе 70,0 млн.грн, а рівень ефективності експортних операцій становитиме 1,72 пункти. У 2021 році ефект від прогнозованого експорту на ринок Польщі складе 120,4 млн.грн, а рівень ефективності експортних операцій становитиме 1,1,82 пункти. На 2022 рік передбачено зростання ефекту від експорту продукції до Польщі до рівня 181,0 млн.грн за рахунок збільшення обсягів експортної реалізації. Показник ефективності експорту зросте до 1,90 пункти. У 2020-2022 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено зростанням експортної реалізації на нові ринки

збуту. Прогнозний обсяг прибутку підприємства з урахуванням заходів з покращення організації розробки та реалізації зовнішньоторговельних контрактів у 2020 році – 108,1 млн.грн, у 2021 році – 154,9 млн.грн, у 2022 році – 206,4 млн.грн. У 2020 році приріст чистого прибутку (ефект) внаслідок впровадження заходів з удосконалення організації зовнішньоторговельних операцій становитиме 15 млн.грн, у 2021 році – 32 млн.грн, у 2022 році – 52 млн.грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко Н. Організація експортних операцій підприємства-суб'єкта ЗЕД / Н. Бабенко // Збірник наукових статей КНТЕУ, 2019. – С. 152-156
2. Данилюк Н.О. Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок / Н.О. Данилюк // Збірник наукових праці ХКПІ, 2015. - №4. - [електронний ресурс] – режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua / archive / microcad / 2015 / S23/2015_5_ Tezisy_sbornik_ part4_2015_155.pdf
3. Дані державної служби статистики України / Обсяги експорту-імпорту у розрізі галузей промисловості та країн - [Електронний ресурс] – режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
4. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / М. І. Дідківський. - К. : Знання, 2006. - 462 с.
5. Дмитрук М.В. Стратегічне управління при виході на міжнародні ринки: данина моді високих понять чи інструмент конкурентної боротьби? / М.В. Володькина // Маркетинг и реклама, 2018. - №5-6. - с. 32-37.
6. Довідник ІНКОТЕРМС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://met-online.kiev.ua/menu/dovidka/inko/>
7. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навчальний посібник / Г.М. Дроздова. - Київ: ЦУЛ, 2005. - 172 с.
8. Дулепова А. О. Особливості зовнішньоторговельного контракту при веденні обліку зовнішньоекономічної діяльності / А. О. Дулепова // Економіка. Фінанси. Право, 2015. - №10. – С. 152-157
9. Дяченко В.П. Оцінювання управління зовнішньоекономічними операціями / В.П. Дяченко // Економіка України, 2017. - №2. – С. 56-61
10. Загородній А.Г. Зовнішньоекономічна діяльність: термінологічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – К.: Кондор, 2007. – 168 .
11. Замроз М.В. Особливості формування експортного потенціалу харчової промисловості України в умовах євроінтеграції / М.В. Замроз //

Ефективна економіка, 2018. - № 11. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6703>

12. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія]/Козак Ю.Г., Притула Н. В., Єрмакова О. А., Уханова І. О., Сулим О.В., Осипов В. М., Таваліка Г. Т., Постова Н.А., Швагер О. Р. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 162-163 с.

13. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 608 с.

14. Інкотермс Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (редакція 2010р.): Міжнародна торговельна палата; Правила, Міжнародний документ від 01.01.2010: [Електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/988_007

15. Матвеев В.В. Экспортный потенциал предприятия: сущность и особенности формирования / В.В. Матвеев, И.К. Ярмоленко // Эффективная экономика, 2015. - № 1. - [Електронний ресурс] – режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe

16. Мельник О.Г. Экспортный потенциал предприятия: сущность и методологические основы анализа / О. Г. Мельник // Экономика та управління підприємствами, 2017. - №1 . – С. 65-71

17. Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів): Мінекономіки, європ.інтеграції; Наказ, Положення від 06.09.2001 № 201 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01>

18. Про затвердження Порядку здійснення офіційного перекладу багатосторонніх міжнародних договорів України [...]:Постанова КМУ від 17.03.2006 № 353 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/353-2006-%D0%BF>

19. Про зміну строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів і запровадження обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті:

Постанова НБУ № 475 від 16 листопада 2017 р. - (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/pro-zminu-strokov-rozrahunkiv-za-operaciyami-z-eks/>

20. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.2001 № 959-XII (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

21. Про міжнародне приватне право: Закон України від 23.06.2005 № 2709-IV [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2709-15>

22. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України № 185/94-ВР від 23.09.94 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

23. Про систему валютного регулювання і валютного контролю: Декрет Кабінету Міністрів України № 15-93 від 10.03.93 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

24. Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень [...]: Постанова НБУ № 444, редакція від 28.07.2004 [електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/444-95-%D0%BF>

25. Прудис Е. Описание внешнеэкономических стратегий развития предприятий - [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.management.com.ua с. 1-6

26. Ридинг К Стратегическое бизнес-тонирование: Динамическая система повышения эффективности и обеспечения конкурентного преимущества: пер. с англ. / К. Ридинг; под ред. И.А. Войтюк. - Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. - 384 с.

27. Рогожин В.Д. Менеджмент ЗЕД. Навч. посіб. / Рогожин В.Д., Базалієва Л.В. – Харків: Вид. ЧНЕУ, 2018. – 196 с.

28. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій / Н.І. Федоронько // Глобальні та національні проблеми економіки. -

2016. - №10. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/26.pdf>

29. Global Fruit and Vegetable Market 2019: Global Industry Trends / Market Watch – URL: <https://www.marketwatch.com/press-release/global-fruit-and-vegetable-market-2019-global-industry-trends-growth-size-segmentation-future-demands-latest-innovation-sales-revenue-by-regional-forecast-to-2024-2019-06-13>