

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»

Директор інституту (декан факультету)

(підпис) Шеремет О.О.
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2020 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис) Березянко Т.В.
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та спеціальності)
освітньо-професійної програми «Менеджмент»

на тему: «Обґрунтування доцільності здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Б

Нестерук Марія Віталіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник: к.е.н.доц. Тюха Ірина Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис)

Рецензент

(прізвище та ініціали)

(підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2020 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут навчально-науковий інститут економіки та управління

Кафедра економіки праці та менеджменту

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Т.В. Березянюк
“10” лютого 2020 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Нестерук Марії Віталіївні

1. Тема проекту (роботи) **Обґрунтування доцільності здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства**

керівник проекту (роботи) Тюха І.В. к.е.н. доцент

затверджені наказом вищого навчального закладу від 10.02.2020 №109-КС

2. Строк подання студентом проекту 05 червня 2020 року

3. Вихідні дані до проекту законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми проекту, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1 Теоретичні та методичні засади здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства

Розділ 2 Дослідження діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» та середовища її функціонування

Розділ 3 Удосконалення зовнішньоекономічних операцій філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Результати дослідження знайшли відображення в (вказати кількість) рисунках та (вказати кількість) таблицях ілюстративного матеріалу

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 10 лютого 2020 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел.	15.02.2020 р.	
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проектної групи	20.02.2020 р.	
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	25.02.2020 р.	
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.02.2020 р.	
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.03.2020 р.	
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.04.2020 р.	
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	10.05.2020 р.	
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	20.05.2020 р.	
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проекту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	25.05.2020 р.	
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	28.05.2020 р.	
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	05.06.2020 р.	
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Студент

(підпис)**М. В. Нестерук**
(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)

(підпис)**І. В. Тюха**
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У випускній роботі розглянуто і узагальнено існуючі теоретико-методичні засади здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства. В роботі досліджено методи оцінювання ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства, проаналізована функціональна структура ЗЕД підприємства. В роботі виокремлено сутність зовнішньоекономічних операцій та визначено їх місце в системі економіки країни.

На основі узагальнення результатів дослідження особливостей зовнішньоекономічних операцій підприємства розроблено пропозиції щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», запропоновано основні напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, обґрунтовано доцільність розширення експортного асортименту на ринку Молдови, визначено вплив запропонованих заходів на основні показники діяльності підприємства.

Випускна робота викладена на 88 сторінках (без урахування додатків), містить 21 таблицю, 7 рисунки.

Ключові слова: ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ ОПЕРАЦІЇ, ЕКСПОРТ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКСПОРТУ, МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ.

ANNOTATION

In the final work the existing theoretical and methodical bases of realization of foreign economic operations of the enterprise are considered and generalized. The methods of estimating the efficiency of foreign economic operations of the enterprise are investigated in the work, the functional structure of the enterprise 's foreign economic activity is analyzed. The essence of foreign economic operations is singled out and their place in the system of the country 's economy is determined.

On the basis of generalization of results of research of features of foreign economic operations of the enterprise offers on improvement of foreign economic activity of branch of ALC «Yagotinsky butter factory» «Yagotynsky for children» are developed, the basic directions of increase of efficiency of foreign economic activity are offered. on the main indicators of the enterprise.

The final work is set out on 88 pages (excluding appendices), contains 21 tables, 7 figures.

Key words: FOREIGN ECONOMIC OPERATIONS, EXPORTS, EXPORT EFFICIENCY, DAIRY PRODUCTS.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Сутнісні характеристики зовнішньоекономічних операцій підприємства	10
1.2. Теоретичні основи здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства	12
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства.....	21
Висновки до розділу 1	27
2.1. Аналіз світового та національного ринку молока	30
2.2. Загальна характеристика діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»	39
2.3. Аналіз зовнішньоекономічних операцій підприємства	54
2.4. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»	60
Висновки до розділу 2	64
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ФІЛІЇ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»	66
3.1. Прийняття управлінського рішення щодо здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства.....	66
3.2. Обґрунтування доцільності розширення експортного асортименту на ринку Молдови	72
3.3. Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»	77
Висновки до розділу 3	79
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Міжнародні відносини стають дедалі важливішим аспектом у розвитку держав та їх економічної стабільності. Зовнішньоекономічна діяльність формувалась протягом усього існування людства, вирішуючи проблеми народів у забезпеченні необхідними товарами. Сьогодні зовнішньоекономічні операції стали практично невід'ємним фактором у ефективному розвитку підприємств та цілих держав. Зараз майже неможливо знайти галузей, які так чи інакше не здійснюють зовнішньоекономічні операції.

Раніше було прийнято вважати, що рушійною силою економіки є держава. Проте дослідження та практика доводять інакше, що саме підприємства та корпорації стимулюють її розвиток. Вони беруть на себе весь контроль над процесами та забезпечують міжнародні економічні зв'язки.

Зовнішньоекономічні операції забезпечують підприємства та країни необхідними енергоносіями, машинами, технологіями, тощо. Будь-яка високорозвинена країна будувала свої торговельні відносини з країнами-партнерами задля взаємовигоди та співпраці, адже в епоху глобалізації неможливо повністю відгородитись від міжнародних зв'язків та забезпечити стійкий розвиток економіки самотужки, без залучення іноземних товарів, робіт чи послуг.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування доцільності здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства.

Для досягнення вищезазначеної мети було поставлено наступні **завдання:**

- з'ясувати сутнісні характеристики зовнішньоекономічних операцій підприємства";
- визначити теоретичні основи здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства;

- навести методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства;
- здійснити аналіз світового та національного ринку молока;
- надати загальну характеристику діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»;
- провести аналіз зовнішньоекономічних операцій підприємства
- дати оцінку зовнішньоекономічної діяльності філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»;
- розробити управлінське рішення щодо напрямів здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства;
- обґрунтувати доцільність розширення експортного асортименту на ринку Молдови;
- розрахувати вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

Об’єктом дослідження є процес здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні основи здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства.

Сферою застосування є господарська діяльність філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

Методи дослідження. При написанні роботи використовувались наступні методи: системний підхід (для дослідження проблем підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства); фінансово-економічний аналіз (для дослідження стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства); графічний (для наочного представлення результатів дослідження).

Інформаційними джерелами виступають основні положення наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених стосовно досліджуваних питань, статистичні матеріали Державної служби статистики України, первинні бухгалтерські документи, звітна й планова інформація

підприємства, матеріали наукових конференцій, періодичних видань і мережі Internet за темою дослідження.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у тому, що його висновки та рекомендації можуть бути використані в процесі подальшого вдосконалення зовнішньоекономічних операцій підприємства.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. робота викладена на 88 сторінках, містить 21 таблицю та 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутнісні характеристики зовнішньоекономічних операцій підприємства

Процеси міжнародної інтеграції, більшою чи меншою мірою впливають не тільки на держави, але й на менші структурні одиниці, такі як підприємства. Ні для кого вже не секрет, що саме зовнішньоекономічні операції стали пріоритетними для багатьох організацій, адже вони значно розширюють потенційний ринок збуту і закупівлі необхідних матеріалів, сировини, енергоносіїв, тощо.

Провівши аналіз законодавчої бази України ми дійшли до висновку, що ні один нормативно-правовий документ не дає чіткого визначення такої економічної категорії як «зовнішньоекономічна операція» (далі ЗЕО).

Відповідно до ч. 2 ст. 379 Господарського кодексу України [1] надано термін «зовнішньоекономічна операція», але не вказано його визначення та розглянуто його як синонім поняття «зовнішньоекономічна діяльність» (далі – ЗЕД), що, на думку автора, є не зовсім коректним. Адже ЗЕО необхідно розглядати в рамках конкретного митного режиму та виду ЗЕД.

У ст. 1 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" також посилаються на такий термін, але не конкретизується його зміст [2]. У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено таке поняття, як господарська операція, що становить дію або подію, яка викликає зміни у структурі активів та зобов'язань, власному капіталі підприємства [3]. Такий підхід розкриває бухгалтерську сутність даного поняття, що є важливим для оцінювання фінансового стану підприємства. Але такий підхід не враховує міжнародної складової такої операції.

Найбільш широке визначення економічної категорії ЗЕО, на думку автора, наведене в наказі «Про затвердження Положення про порядок застосування до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності спеціальних санкцій, передбачених статтею 37 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність» № 754 від 05.10.1999 р., який на сьогодні втратив чинність і згідно з яким окрема зовнішньоекономічна операція – це комплекс дій українського суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності та іноземного суб'єкта господарської діяльності, що підпадає під визначення одного з видів зовнішньоекономічної діяльності, передбачених ст. 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», та включає закінчену разову передачу товару (виконання робіт, надання послуг) і закінчені розрахунки (грошові, товарні та в інших формах) за цю разову конкретну передачу товару (виконання робіт, надання послуг) [4].

Огляд наукової літератури свідчить, що ЗЕО ототожнюють із поняттям «зовнішньоекономічна угода» та розглядають як дію, спрямовану на встановлення, зміну або припинення правових відносин з іноземними контрагентами.

Торгова Л. В. визначає зовнішньоекономічну операцію як комплекс дій контрагентів різних країн з підготовки, укладання і виконання торгової, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру [5].

Зовнішньоторговельна операція – комплекс заходів, які використовують суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності різних країн з метою здійснення і вдосконалення зовнішньої торгівлі [6].

О.М. Котиш надає авторське бачення поняття «зовнішньоекономічна операція», як цілеспрямованого процесу взаємодії між суб'єктами ЗЕД України та іноземним контрагентом щодо встановлення, зміни та припинення правових, економічних, соціальних та інших відносин між ними як на території України, так і за її межами, який викликає зміни у структурі активів та зобов'язань і власному капіталі підприємства [7].

Суб'єктами ЗЕО є підприємства, фірми, організації котрі одержали від держави право виходу на зовнішній ринок.

Об'єктами ЗЕО є матеріально-речова продукція, послуги, результати виробничого і науково-технічного співробітництва у вигляді знань, досвіду, технології.

Всі зовнішньоекономічні операції поділяються на основні і забезпечувальні.

Основні зовнішньоекономічні операції – це операції, що здійснюються між безпосередніми учасниками операцій (зовнішньоторгові, орендні, консалтингові).

Забезпечувальні операції пов'язані з переміщенням товару до покупця(міжнародні перевезення, страхування).

1.2. Теоретичні основи здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства

Організація зовнішньоекономічної діяльності являє собою складний процес, що супроводжується ретельними дослідженнями кон'юнктури ринку, аналізом можливих покупців, налагодження міжнародних економічних відносин з іноземними партнерами та подальша співпраця з ними. Вагомими також є дослідження діяльності конкурентів на міжнародному ринку зокрема, а також виявлення власних слабких та сильних сторін.

Саме тому, для плідності ЗЕД підприємствам необхідна певна структура, тобто опора, на яку вони будуть орієнтуватись при здійсненні зовнішньоекономічних операцій, та яка дасть базис для її подальшого розвитку в організації. Цей каркас забезпечує чітку роботу і розподіляє обов'язки та відповідальність між структурними одиницями організації. Структура управління ЗЕД відтворює побудову системи управління в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД.

Згідно статі 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» до видів зовнішньоекономічної діяльності, які здійснюють в Україні суб'єкти цієї діяльності, належать:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та ін., що прямо і виключно не заборонені законами України; надання зазначених вище послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України;
- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;
- підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших

нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України;

— організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібною торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;

— товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

— орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

— операції з придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;

— роботи на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; роботи іноземних фізичних осіб на контрактній платній основі з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами;

— інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України [2].

Організаційно-функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких:

—масштаби ЗЕД. При невеликому масштабі зовнішньоекономічних операцій і малій номенклатурі можна не створювати спеціальні структурні підрозділи. У рамках діючої організаційної структури підприємства створюється тимчасова група управління проектом виходу на зовнішні

ринки. Це зручний та легкий метод організаційної перебудови, який дозволяє керівництву контролювати міжнародну діяльність. При виході на ринок з іншою продукцією створюється інша група. При великих масштабах ЗЕД підприємство може перетворюватися у міжнародне із своїми відділеннями, представництвами в інших країнах;

- витрати, які пов'язані з виробництвом за кордоном або з продажем продукції на зовнішніх ринках. При малому обсязі виробництва дешевше використовувати послуги сторонньої фірми, що займається міжнародним бізнесом. При зростанні обсягів міжнародних операцій менш дорогим варіантом стає ведення ЗЕД самостійно;

- складність продукції. Чим складніше технологія виготовлення продукції, тим імовірніше, що компанія створить своє підприємство в іншій країні;

- досвід. На початкових етапах виходу на міжнародні ринки підприємства ще не мають у своєму розпорядженні необхідних коштів для здійснення ЗЕД за кордоном. Тому вони свої ресурси зосереджують перш за все у країні базування і вибирають такі операційні форми, що пов'язані з виконанням міжнародних операцій зовнішніми організаціями. Із розширенням закордонної діяльності підприємство обслуговує міжнародні операції вже власними силами. Починає зростати частка ресурсів, які розміщуються в іншій країні. Важливу роль відіграє наявність висококваліфікованих спеціалістів, добре знання природно-географічних, економічних, політичних, національних особливостей закордонних ринків;

- контроль над гнучкістю бізнесу, прибутками і поведінням у конкурентному середовищі;

- економічна свобода, яка включає пряме заміщення окремих форм діяльності, визначення ставок податків, розміри коштів, що репатріюються, вимоги дотримання умов антимонопольного законодавства, висунення умов, за яких актив, що є приватною власністю, потрапляє в суспільний сектор і стає доступним для інших;

- конкуренція, вплив якої за кордоном можна зменшити, якщо підприємство має дефіцитні, важковідтворювані ресурси, вибере стратегію прискореного розширення закордонних операцій шляхом укладення відповідних угод з іншими фірмами або буде укладати угоди про співробітництво щодо діяльності на конкретних ринках з метою перешкоджання виходу нових конкурентів на ринок;

- присутність у країні. Якщо спеціалізація діючої закордонної фірми відповідає тому виду продукції (послуг), що передається за кордон, то нове виробництво буде освоюватися власними силами, а якщо не відповідає, то продукцію легше випускати за допомогою досвідченої сторонньої фірми;

- ризики. У міжнародному підприємстві політичні та економічні зміни найбільше впливають на зниження активів підприємства та одержування прибутків. Засобами зменшення ступеня ризиків є: мінімізація їх за кордоном, укладення угод, заснованих на поділі активів з іншими фірмами, розміщення зовнішньоекономічних операцій у декількох країнах [8, с. 65-73].

Організаційно-функціональна структура ЗЕД підприємства залежить від методів виходу на зовнішні ринки – через власну фірму (прямий метод) або за допомогою посередників (непрямий метод). Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємстві виправдано, якщо продукція фірми відрізняється високою конкурентоспроможністю, частка експорту в загальному обороті значна, рівень конкуренції на ринку невисокий, на підприємстві є фахівці із зовнішньоекономічної діяльності.

Отже, при прямому методі передбачається встановлення прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем, тобто товар поставляється безпосередньо кінцевому споживачу, а закуповується – безпосередньо у самого виробника на основі договору закупівлі-продажу. Близько 50% міжнародного товарообміну відбувається на основі прямих зв'язків.

Прямий метод торгівлі припускає постачання заздалегідь погоджених видів продукції, що орієнтована на специфічні вимоги конкретного іноземного споживача. Прямі зв'язки носять цілеспрямований характер, тому що ґрунтуються на системі попередніх замовлень і характеризуються тривалістю і стійкістю відносин споживача з постачальниками необхідного для виробництва сировини та матеріалів, з метою безперебійного забезпечення виробничого процесу ресурсами.

Прямий продаж має низку переваг: він дозволяє експортерам встановлювати тісні контакти з іноземними споживачами, здійснювати суворий контроль за комерційними операціями; отримати більший прибуток за рахунок зменшення вартості комісії посереднику; краще вивчити стан та тенденції ринку; швидше адаптувати свої виробничі програми до попиту та вимог зовнішнього ринку; знижує ризик та залежність результатів бізнесу від нечесності посередницької організації.

До недоліків прямого методу торгівлі можна віднести: наявність високого ступеня ризику, що обумовлено відмінностями економічних, правових і соціальних умов у різних країнах, а також необхідність залучення персоналу високої комерційної кваліфікації (в іншому випадку фінансові витрати можуть значно зрости).

При непрямому методі здійснюється купівля і продаж товарів через торговельно-посередницьку ланку на основі укладання договору з торговельним посередником, що передбачає виконання останнім визначених зобов'язань у зв'язку з реалізацією товару продавця. Торговельні посередники – це юридичні особи, що сприяють обміну товарів і незалежні від виробників і споживачів. Їх безпосередня функція – поєднання продавців і покупців, пов'язування попиту та пропозиції [9].

Торговельне посередництво охоплює широке коло послуг: пошук іноземного контрагента; підготовка і укладання договору; кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем; здійснення транспортноекспедиторських операцій; страхування товарів при

транспортуванні; виконання митних формальностей; проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зовнішні ринки та інші послуги.

Торговельний посередник несе певні витрати при здійсненні своєї діяльності: заробітна плата управлінського персоналу і працівників сервісних служб; амортизаційні відрахування на будівлі, спорудження, канцелярське устаткування, машини; витрати на підтримку будівель, споруджень, на зв'язок, рекламу, представницькі витрати; митні витрат; податки і збори.

До використання торговельно-посередницької ланки в основному звертаються:

- при збуті стандартного промислового устаткування і споживчих товарів або при реалізації великими фірмами другорядних видів продукції;
- при реалізації продукції на віддалених, важкодоступних і слабо вивчених ринках, ринках малої ємності;
- при просуванні нових товарів чи при відсутності в країнах-імпортерах власної збутової мережі;
- при монополізації великими торговельно-посередницькими фірмами ввезення в країну визначених товарів;
- великі фірми при невеликому обсязі експортно-імпортних операцій або при здійсненні епізодичних зовнішньоторговельних операцій дрібними і середніми фірмами [10, с.72-73].

Переваги непрямого методу торгівлі полягають у тому, що:

- фірма-експортер не вкладає коштів в організацію збутової мережі на території країни-імпортера, оскільки торговельно-посередницькі фірми володіють власною матеріально-технічною базою (складськими приміщеннями, ремонтними майстернями);
- експортер звільняється від діяльності, пов'язаної з реалізацією товару (доставка, упакування, пристосування до ринку, оформлення документації);
- посередники мають у своєму розпорядженні великі можливості в організації реклами, виставок, ярмарків;

– торговельні посередники мають стійкі ділові зв'язки з банками, страховими і транспортними компаніями.

Недоліком непрямого методу торгівлі є позбавлення експортером безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від сумлінності й активності торгового посередника.

Найбільш ефективна функціональна структура ЗЕД підприємств наведена на рис. 1.1.

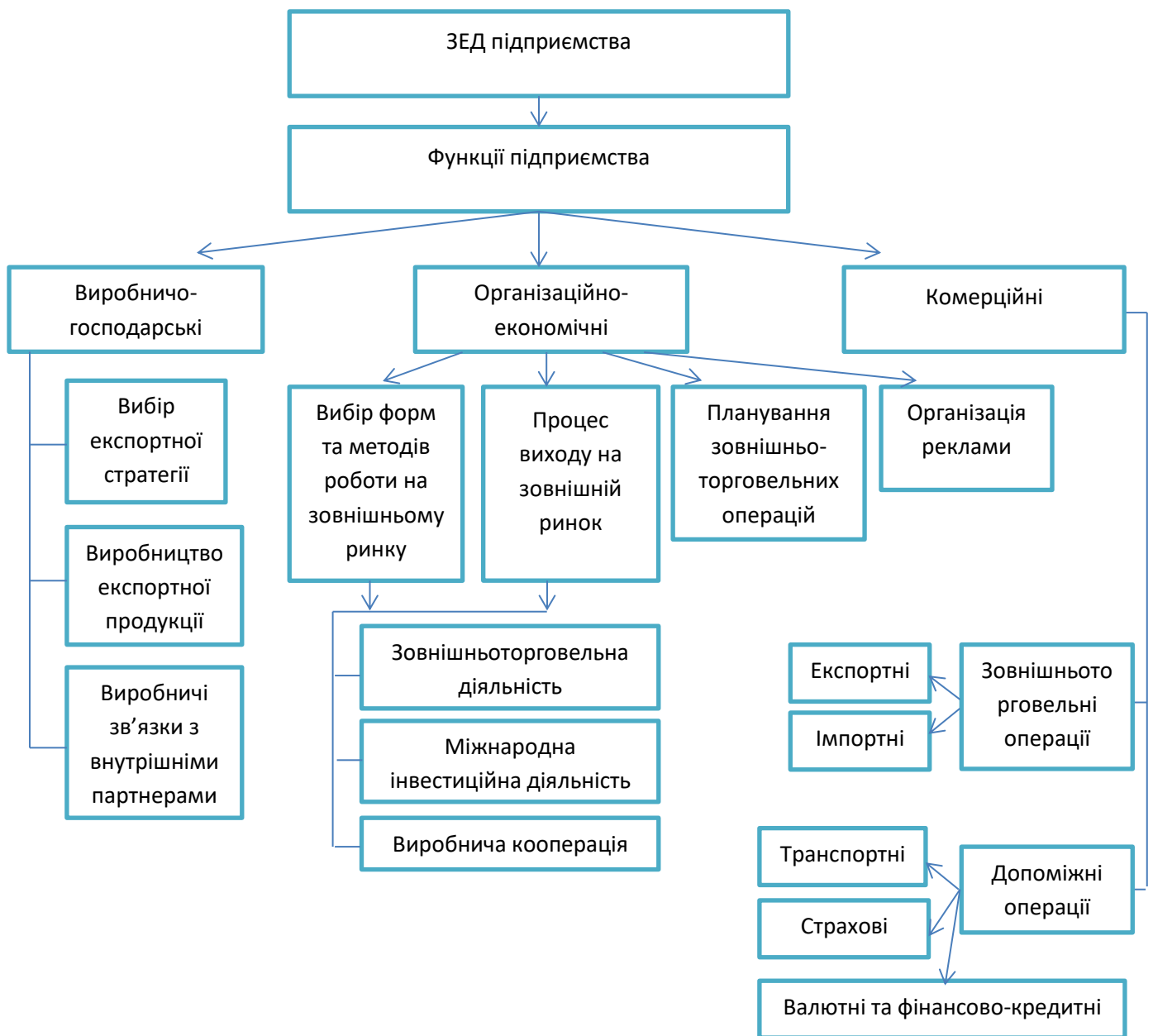


Рис. 1.1 Функціональна структура ЗЕД підприємства
Джерело: [10]

Для здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єкту ЗЕД необхідно виконати такі процедури:

- відкрити власний валютний рахунок у банку;
- одержати необхідні ліцензії на різні види і форми ЗЕД, якщо вони підлягають ліцензуванню;
- укласти контракти на різні види діяльності з фірмами закордонних країн та на право здійснення операцій, зв'язаних з одержанням іноземної валюти;
- ознайомитися з правилами митних процедур і дотримуватися їх.

Зовнішньоекономічні операції можуть здійснюватися господарюючими суб'єктами за такими основними напрямками:

- міжнародна торгівля (експортно-імпортна діяльність, включаючи реекспорт та реімпорт, операції зустрічної торгівлі, торгові операції змагального типу);
- міжнародний трансфер технологій (укладання ліцензійних і франчайзингових угод, експорт-імпорт інжинірингових та реінжинірингових послуг, консалтинг і наукоємний сервіс, лізинг тощо);
- міжнародні інвестиції (створення спільних підприємств, капіталовкладення в межах вільних економічних зон та ін.).

В цілому імпортування та/або експортування продукції найчастіше виступає першою зовнішньоекономічною операцією, яку здійснює фірма. Це пояснюється тим, що на початковій стадії залучення до міжнародного бізнесу ці операції передбачають, як правило, мінімальні зобов'язання і найменший ризик для ресурсів фірми. Наприклад, фірми можуть збільшувати експорт продукції шляхом завантаження своїх надлишкових потужностей, що зводить до мінімуму потребу у додаткових капіталовкладеннях. Крім того, вони можуть вдатися до послуг торгових посередників, які за комісійні візьмуться здійснювати експортно-імпортні функції, усуваючи таким чином необхідність у найманні досвідченого персоналу для зовнішньоторгових операцій.

Основними формами торгівлі виступають:

- торгівля готовою продукцією;
- торгівля продукцією в розібраному вигляді;
- зустрічна торгівля;
- постачання комплектного устаткування [8, с. 52].

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства

Головною умовою проведення зовнішньоекономічної операції є її ефективність.

Підприємства нерідко зазнають значних збитків унаслідок недостатнього техніко-економічного обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної операції, відсутності в ньому оцінок вибору валюти ціни, валюти платежу та інших валютно-фінансових умов угоди.

Розрахунок економічної ефективності проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту. Під результатами розуміють грошову, вартісну оцінку отриманого прибутку для підприємства: грошові надходження за відправлену продукцію, виконані роботи та послуги, вартість отриманого товару, робіт, послуг та ін. Під витратами розуміють грошову вартісну оцінку виробничих ресурсів, які залучилися у господарський обіг: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в різноманітні державні фонди та інші витрати, без яких торгова угода не може бути здійснена. Економічні результати та витрати ресурсів мають кількісний вимір. А тому й економічна ефективність може вимірюватися кількістю, тобто мати критерій ефективності.

Критерій економічної ефективності не є однаковим для різних рівнів зовнішньоекономічної діяльності. Кожному рівню оцінювання відповідає свій вид економічних інтересів і свій критерій ефективності.

Так, на макроекономічному (народногосподарському) рівні під економічною ефективністю зовнішньої торгівлі розуміють ступінь економії національної праці, що досягається країною шляхом її участі в міжнародному розподілі праці та зовнішньоторговельному обміні.

У цьому випадку критерієм економічної ефективності є економія національної праці як додаткове джерело зростання валового внутрішнього продукту та інших економічних і соціальних макропоказників.

На рівні підприємства під економічною ефективністю зовнішньоторговельних операцій розуміють ступінь збільшення доходу від цих операцій. Критерієм економічної ефективності є прибуток як основна міра ефективності.

Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дає змогу обґрунтувати окремі пропозиції щодо закупівлі та продажу певних товарів. Одержані дані можуть бути використані при розробці планів експорту та імпорту підприємства, при оцінюванні структури та напрямків зовнішньоторговельного обігу.

Розрахунок показників економічної ефективності здійснюється за такими принципами:

- найповніший облік усіх складових витрат і результатів. Неповний облік витрат та отриманих результатів може спотворити висновки про оцінку ефективності того чи іншого рішення;
- необхідність порівняння з базовим варіантом. За базовий варіант може бути прийнятий стан справ до прийняття рішення. Неправильний вибір бази порівняння може призвести до спотворення оцінок;
- приведення витрат і результатів до однієї бази зіставлення;

- приведення різних за часом витрат і результатів до одного моменту часу;
- наявність достовірності інформації, системи збору та аналізу інформації. Конкретний розрахунок показників ефективності залежатиме значною мірою від виду зовнішньоекономічної операції, її мети, умов та інших особливостей і конкретної угоди.

Для визначення ефективності ЗЕД підприємства важливо знати валютну ефективність експорту та імпорту.

Показник валютної ефективності будь-якої зовнішньоекономічної операції насамперед характеризує купівельну силу валюти, її курс.

Валютна ефективність експорту ($E_{в.е.}$) розраховується за формулою:

$$E_{в.е.} = \frac{\sum_{i=1}^m \Pi_{в.е.} * Q_e}{\sum_{i=1}^m B_e * Q_e} \quad (1.1)$$

де $\Pi_{в.е.}$ – валютна ціна І-го експортного товару (послуги), вал.од/од;

Q_e – обсяг експорту І-го товару (послуги), натур.од.;

B_e – витрати на виробництво та реалізацію одиниці І-го товару (послуги), грн./од.,

m – кількість назв експортних товарів (послуг).

Валютна ефективність імпорту ($E_{в.і.}$) розраховується за формулою:

$$E_{в.і.} = \frac{\sum_{j=1}^n \Pi_{р.в.} * Q_i}{\sum_{j=1}^n \Pi_i * Q_i} \quad (1.2)$$

де $\Pi_{р.в.}$ – ціна j-го товару (послуги) на внутрішньому ринку, грн./од.;

Q_i – обсяг імпорту j-го товару, натур.од.;

Π_i – валютна ціна (ціна придбання) одиниці j-го товару (послуг), вал.од./од.;

n – кількість назв імпортованих товарів (послуг).

Для оцінювання вигідності експортної (імпортної) операції необхідне порівняння даних показників (коефіцієнтів) з певною базою, оскільки самі по собі вони про це не свідчать. Базою порівняння, як правило, є валютний курс. Якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення курсу валюти, то зовнішньоторговельна діяльність вважається ефективною. При цьому базою порівняння для валютної ефективності експорту слід використовувати обернений курс обміну (непряме котирування), а для валютної ефективності імпорту – звичайний обмінний курс (пряме котирування).

Показники, які характеризують ступінь вигідності для підприємства зовнішньоекономічних операцій, доцільно розраховувати перед укладенням зовнішньоторговельних угод, при плануванні зовнішньоторговельної діяльності, а також з метою оцінювання ефективності експортних та імпортних операцій за попередній період. Для загальної характеристики експортної діяльності підприємства використовують такі основні показники: ефективність експорту, рентабельність експорту, економічний ефект експорту.

1. Ефективність експорту підприємства ($E_{\text{еф.е.}}$) розраховується за формулою:

$$E_{\text{еф.е.}} = \frac{H_e}{ПВ} \quad (1.3)$$

де H_e – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривні за курсом Національного банку України на день надходження валютної виручки;

ПВ – повні витрати підприємства на експорт, грн.

Показник ефективності експорту свідчить, наскільки ефективно підприємство проводить свою зовнішньоекономічну діяльність. Якщо цей показник буде більшим за одиницю і вищим, ніж показник ефективності

реалізації на внутрішньому ринку, тоді реалізація товарів на зовнішньому ринку буде вигіднішою порівняно з реалізацією всередині країни.

2. Рентабельність експорту (P_e) розраховується за формулою:

$$P_e = \left(\frac{H_e}{C_e} \right) * 100\% \quad (1.4)$$

де C_e - собівартість виробництва експортної продукції, грн

Цей показник демонструє суму доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену фірмою гривню. Наведені показники ефективності експорту необхідно порівняти з аналогічними показниками за минулий період, що дасть змогу встановити, як змінилася ефективність реалізації товарів у звітному періоді порівняно з минулим.

3. Економічний ефект експорту (E_e) розраховується за формулою:

$$E_e = H_e - ПВ \quad (1.5)$$

Для визначення економічної ефективності експортної діяльності на рівні підприємства широко використовують методику, згідно з якою визначаються такі три показники економічної ефективності:

$$E_{ef.e1} = \frac{ЧВ - B_{оп}}{ПВ} \quad (1.6)$$

де $ЧВ$ – чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

$$ЧВ = (ВВ * K_p) - Д_v - МП \quad (1.7)$$

де $ВВ$ – валютний виторг за експортований товар;

K_p – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні;

D_v – додаткові витрати всередині країни, пов’язані з експортом товару (можливі витрати на оплату ліцензії, комісійні посереднику, транспортні, складські та інші витрати);

MP – митні платежі;

$B_{оп}$ – виторг у гривнях від обов’язкового продажу частки валюти держави.

$$E_{ef.e2} = \frac{Q_e}{C_e} \quad (1.8)$$

де Q_e - обсяг експорту у внутрішніх середньорічних цінах.

$$E_{ef.e3} = \frac{ЧВ + B_{оп} - ПВ}{ЧВ + B_{оп}} \times 100\% \times \frac{ЧВ + B_{оп}}{K_e} \quad (1.9)$$

де K_e – середньорічна вартість основних виробничих і оборотних фондів, що використовуються у виробництві експортної продукції. Показник $E_{ef.e3}$ свідчить про ефективність використання виробничих фондів при експорті. Показники $E_{ef.e1}$, $E_{ef.e2}$, $E_{ef.e3}$ слід використовувати при укладенні угоди з метою вибору найбільш оптимального за критерієм максимуму економічного ефекту та за умови, що $E_{ef.e1} > 1$, а $E_{ef.e2} > E_{ef.e3}$. Якщо виконуються ці дві умови, то експорт відповідних товарів для підприємства є економічно вигідним. Звідси слід шукати шляхи збільшення експорту даних товарів. Показник $E_{ef.e3}$ вказує на рівень ефективності відповідних товарів, причому перша частина формули вказує, який саме відсоток від результатів експорту підприємства становить доход від експорту, а друга частина формули визначає, скільки разів за досліджуваний період зміг обернутись авансований на експорт капітал. Таким чином, чим більші обидві частини формули, а значить і $E_{ef.e3}$, тим вигідніший експорт цих товарів.

Для характеристики імпоротної діяльності підприємства використовуються показники: економічний ефект імпорту, економічна ефективність імпорту.

1. Економічний ефект імпорту (E_i) розраховується за формулою:

$$E_i = C_{pi} - B_i \quad (1.10)$$

де C_{pi} – вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку, грн..

B_i – витрати на придбання імпортової продукції, грн.;

$$B_i = B_k + M + A + \text{ПДВ} + M_z + D_i + \text{ПДВ}_d,$$

де B_k - контрактна вартість товару, перерахована у гривні за офіційним курсом (K) на дату подання митної декларації, яка включає валютні витрати імпортера (BB_i) до місця ввозу товару на митну територію України, тобто:

$$B_k = BB_i \times K \quad (1.11)$$

де M – імпортне мито;

A – сума акцизного збору з підакцизних товарів;

ПДВ – податок на додану вартість;

M_z – митні збори;

D_i – додаткові витрати імпортера;

ПДВ_d – податки на додану вартість щодо додаткових витрат імпортера.

Показник економічної ефективності імпорту ($E_{ef.i}$) розраховується за формулою:

$$E_{ef.i} = \frac{C_{pi}}{B_i} \times 100\% \quad (1.12)$$

Висновки до розділу 1

Зовнішньоекономічна діяльність на сучасному етапі розвитку збільшує свою роль, як для економіки країни так і окремих її структур. Зовнішньоекономічні операції безумовно стають пріоритетними для розвитку на підприємствах.

Відповідно до Законодавства України зовнішньоекономічна операція – це комплекс дій українського суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності та іноземного суб'єкта господарської діяльності, що підпадає під визначення одного з видів зовнішньоекономічної діяльності, передбачених ст. 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», та включає закінчену разову передачу товару (виконання робіт, надання послуг) і закінчені розрахунки (грошові, товарні та в інших формах) за цю разову конкретну передачу товару (виконання робіт, надання послуг).

Вивчаючи сутнісні характеристики зовнішньоекономічних операцій, ми з'ясували, що суб'єктами ЗЕО є підприємства, фірми, організації котрі одержали від держави право виходу на зовнішній ринок, а об'єктами ЗЕО є матеріально-речова продукція, послуги, результати виробничого і науково-технічного співробітництва у вигляді знань, досвіду, технології.

В ході дослідження ми визначили, що організаційно-функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів: масштаби ЗЕД, витрати, які пов'язані з виробництвом за кордоном або з продажем продукції на зовнішніх ринках, складність продукції, досвід, контроль над гнучкістю бізнесу, прибутками і поведінням у конкурентному середовищі, економічна свобода, конкуренція, присутність у країні, ризики.

Зовнішньоекономічні операції можуть здійснюватися господарюючими суб'єктами за такими основними напрямками: міжнародна торгівля (експортно-імпортна діяльність, включаючи реекспорт та реімпорт, операції зустрічної торгівлі, торгові операції змагального типу); міжнародний трансфер технологій (укладання ліцензійних і франчайзингових угод, експорт-імпорт інжинірингових та реінжинірингових послуг, консалтинг і наукоємний сервіс, лізинг тощо); міжнародні інвестиції (створення спільних підприємств, капіталовкладення в межах вільних економічних зон та ін.).

Вивчаючи методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства, ми визначили основні

показники, що її характеризують, а саме: ефективність експорту/імпорту підприємства, валютна ефективність експорту/імпорту, рентабельність експорту/імпорту.

РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФІЛІЇ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ» ТА СЕРЕДОВИЩА ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ

2.1. Аналіз світового та національного ринку молока

В Україні тривають складні соціально-економічні та політичні процеси, які формують умови для розвитку вітчизняної харчової промисловості, яка є частиною світового продовольчого ринку в усьому світі. Сьогодні у країні спостерігається зниження рівня виробництва молочної продукції, зростання цін на молочну сировину, недостатній рівень взаємодії між виробниками сировини та виробниками кінцевої продукції. Вирішення цих проблем забезпечить належний рівень розвитку ефективності виробництва молочної продукції, конкурентоспроможності підприємств молочного підкомплексу агропромислового комплексу України на внутрішньому та зовнішньому ринках. Пріоритетною проблемою ринку молочної продукції в Україні є зменшення чисельності корів частка яких за останні п'ять років скоротилася на 17%, що значно вплинуло на зменшення обсягів щорічного виробництва на 2-3%.

Слід зазначити, що нині ринок молочних продуктів України дуже різноманітний і висококонкурентний. Ринок включає такі товарні групи, як вершки, сир сичужний та кисломолочний, концентроване молоко і вершки, сухе молоко, масло вершкове та молочні пасти, кисломолочні продукти (кефір, сметана, йогурт, маслянка), а також морозиво.

У структурі валової продукції тваринництва виробництво молока становить більше третини обсягу. Ємність ринку сирого молока, яке надходить на переробні підприємства, складає більше 25 млрд гривень. Молочна галузь в Україні має значний потенціал до розвитку та підвищення рівня її продуктивності

Проблемою ринку молочної продукції в Україні є зниження кількості поголів'я корів в Україні, що призводить до зменшення обсягів сировини для виробництва готової молочної продукції. Зниження поголів'я корів (рис. 2.1) викликано, передусім, скороченням кількості приватних фермерських господарств, що у свою чергу викликано активною урбанізацією населення і низькою зацікавленістю населення у виробництві молока, в будівництві ферм європейського рівня. На цьому негативному тлі молочна галузь України все ж продовжує трансформуватися.

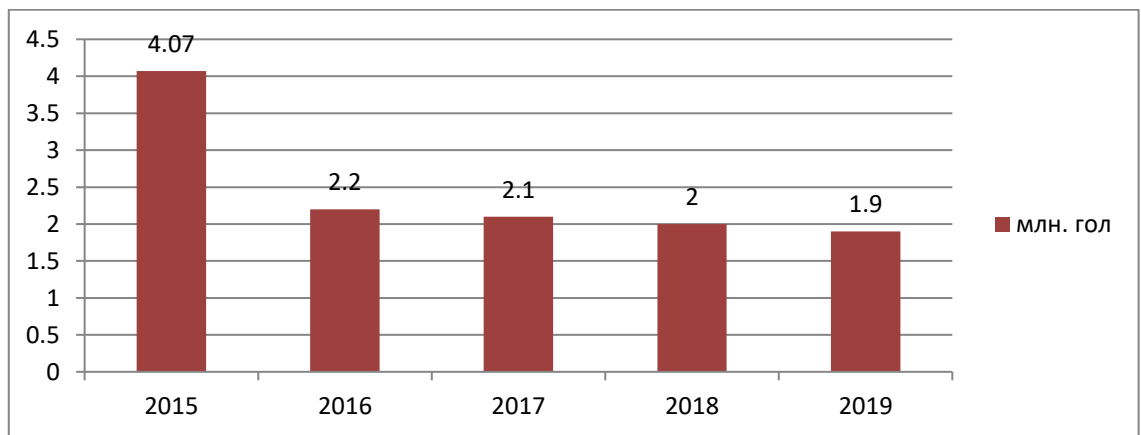


Рис. 2.1. Динаміка поголів'я великої рогатої худоби за 2015-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі даних [11]

Ринок молочних продуктів України демонструє стабільний приріст в гривневому еквіваленті (рис. 2.2).

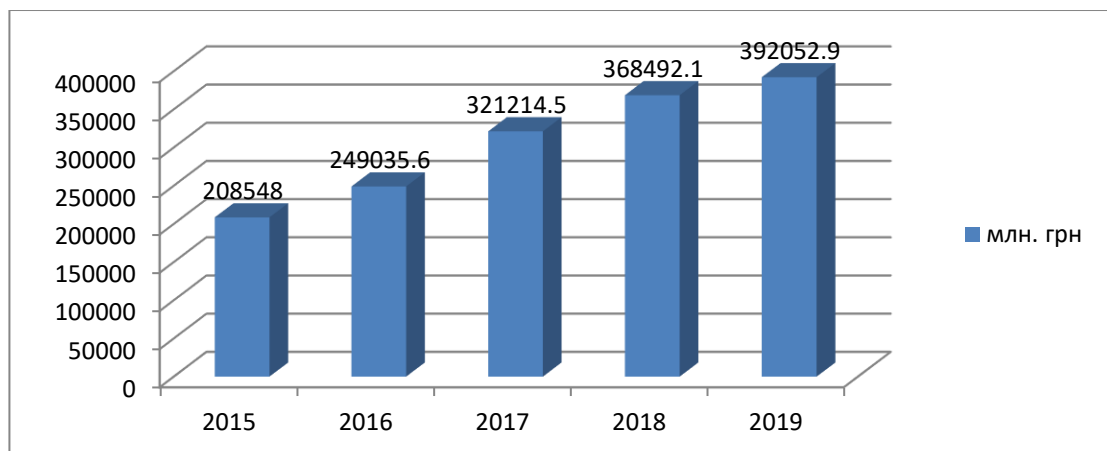


Рис. 2.2. Обсяги реалізації молочних продуктів в Україні за 2014-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі даних [11]

Водночас більш глибокий аналіз ситуації на ринку і в галузі свідчить, що за 12 місяців 2018 року українські компанії виробили 10,11 млн т молочної продукції, що на 1,9% менше, ніж за аналогічний період 2017 р. (10,98 млн т), при цьому 73% збору молока припадає на частку населення, а на ферми тільки 27%. Саме зниження надою у домогосподарствах і призвело до зменшення загального виробництва молока.

Загалом по ринку зростання обсягів виробництва показала продукція з незбираного молока та специфічні експортні продукти (суха сироватка, казеїн), а ось виробництво категорії масло/сухе молоко — скоротилося.

Важливою тенденцією виробництва стало підвищення вимог до якості продукції, що виробляється: у липні 2018 р. набув чинності ДСТУ 3662: 2015 «Молокосировина коров'яче. Технічні умови» — документ, що встановлює стандарти для молока сортів «екстра», «вищий» і «перший». Проте потім було прийнято рішення залишити «другий» сорт, щоб дати фермерам час на модернізацію виробництв. Для молока сорту «другий» затверджений раніше стандарт діяв до 1 січня 2020 р. Законодавче нововведення змусило молочний бізнес переосмислити підходи до якості продукції. Фермери стали поступово відмовлятися від виробництва дешевої сировини. Державою, в минулому 2018 р., було запропоновано програми для підтримки аграріїв. За офіційними даними, 4 348 аграрних виробників, у тому числі 60% — фермери, скористалися програмою здешевлення техніки. Водночас дотації склали 320 млн гривень на утримання 270 корів в особистих господарствах, що не можна порівняти з дотаційними програмами, пропонованими в ЄС.

Говорячи про структуру ринку в географічному аспекті, слід сказати, що основу ринку молочної продукції в Україні становлять товари вітчизняного виробництва, хоча імпорт в останні роки зростає. Причина такої ситуації — висока вартість вітчизняної молочної сировини і власне кінцевого продукту, що створює умови для прибуткового імпорту польської та голландської молочної продукції, яке за ціною як українська, проте, на думку споживачів, має більш високу якість. Вищезазначену ситуацію ускладнює

той факт, що український ринок не захищений митними бар'єрами, а національний виробник знаходиться в явно програшній конкурентній позиції порівняно з зарубіжними виробниками молока, враховуючи, що польський та голландський фермер отримує суттєві субсидії від держави (більше 30 млрд євро або 20% бюджету ЄС). Фактично все молоко, яке в Європі надходить на переробку, в тому чи іншому вигляді, дотується державою. У разі, якщо український уряд не зверне уваги на цю проблему, то Україна ризикує знизити рівень присутності вітчизняного виробника на ринку, а в перспективі — втратити молочну галузь у країні як сектор економіки.

На ринку, як і раніше, присутній значний тіньовий сегмент. Тіньовий сектор готової молочної продукції оцінюється на рівні 20—25%. Велика кількість молочної продукції на українському ринку фальсифікується, зокрема це стосується масла, сиру та інших продуктів. Ринок молочних продуктів належить до числа висококонкурентних — кількість тільки великих гравців близько 10—15, не кажучи про численних дрібних локальних виробників, число яких перевищує кілька сотень. Така кількість гравців призводить до того, що ринок є досить «подрібленим». До числа найбільших компаній належать: АТ «Молочний альянс» (ТМ «Яготинське»), «Юнімілк» (ТМ «Простоквашино»), «ВіммБіллДанн Україна» (ТМ «Слов'яночка»), «Danone» (ТМ «Активія»), ТОВ «Молочна компанія Галичина» (ТМ «Галичина»), Компанія Молокія ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія»), та інші.

Виробники розширюють свої асортименти, виводячи нові продукти з молочною або кисломолочною основою, додаючи «корисність» продукту. На сьогодні пріоритетним для споживача є здорове харчування, актуальність теми здорової їжі не знижується. На молочному ринку сильна тенденція вибору натуральних продуктів, тому успішний бренд повинен забезпечити максимальну природність продукту. Потужні компанії досить швидко реагують на споживацькі переваги: зниження споживання преміум брендів призвело до перегляду портфелів брендів і розширенню лінійки дешевих

брендів; або до додавання в асортимент сімейної упаковки, що дозволяє економити.

Розглянемо країни, що мали найбільший імпорт молока та молочних продуктів у 2019 році (рис. 2.3).

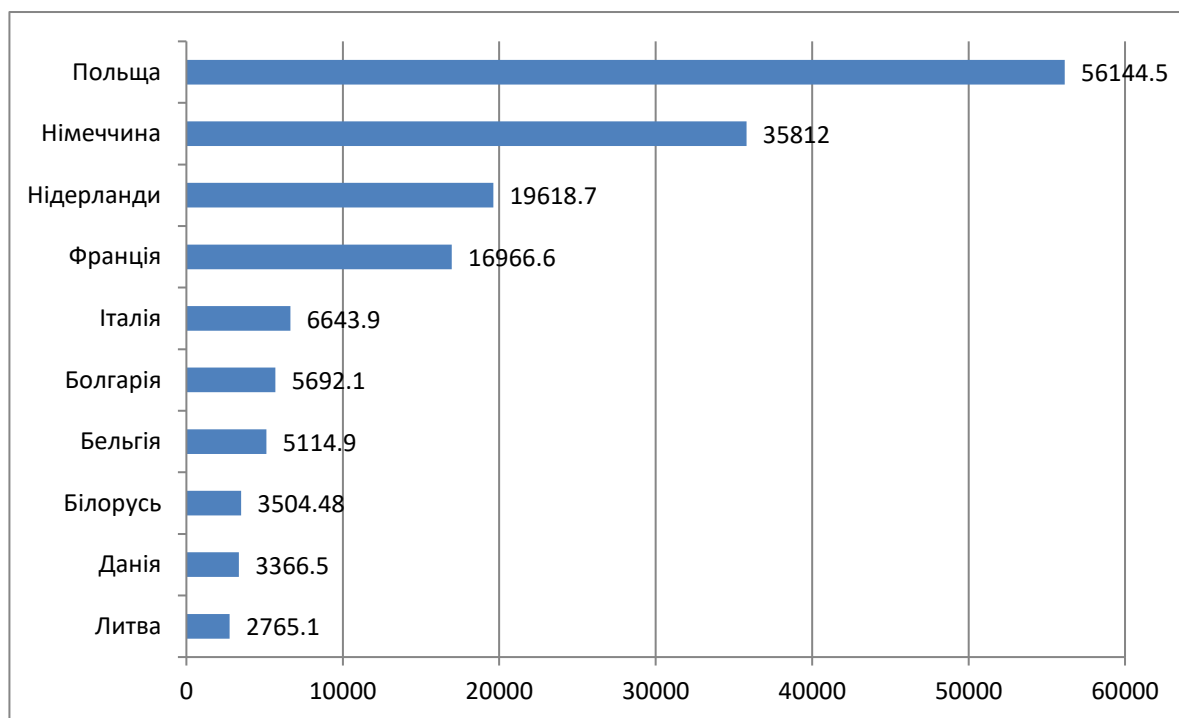


Рис. 2.3. Рейтинг країн світу за обсягом імпорту молочної продукції у 2019 році, тис. дол. США

Джерело: [11]

Як бачимо найбільшим імпортером молочної продукції є Польща, за нею слідує Німеччина, Нідерланди та Франція. Це ряд країн з високим рівнем економіки та налагодженою ринковою політикою.

Значним імпортером української сироватки є Китай. У списку експортерів в Китаї українські виробники займають 21е місце. Збільшилося число поставок вершкового масла в Нідерланди на 8,29%. У Бангладеш і Казахстан знизилися поставки молока і вершків згущених на 13,7%. Ці країни є великими імпортерами товарів даних категорій. Попит на деякі групи українських товарів збільшився в країнах Близького Сходу, країнах ЄС, ПАР, Азії. Також у вересні 2018 р. Україна і Македонія підписали

ветеринарний сертифікат для експорту молочної продукції. При цьому експортерів зараз більше хвилює, на який асортимент потрібно робити ставку. Крім того, стоїть питання — реалізувати ці товари трейдерам або ж намагатися самотужки виходити на кінцеві ринки збуту.

На жаль, повернути славу великого експортера сиру Україні вдасться нескоро. З часу втрати можливості збуту товару в Російську Федерацію нових ринків сировари так і не знайшли, і особливо не переймаються вищезазначеною проблемою, тому що вітчизняна молочна продукція, крім іншого, просто не конкурентна за ціною на світових ринках. Більш того, з цієї ж причини в Україні знову стрімко зростає імпорт сиру. Він уже перевищує експорт даного товару з країни. Це не може не хвилювати вітчизняних сироварів, у зв'язку з чим необхідно кардинально змінювати маркетингову політику.

Розглянемо структуру зовнішньої торгівлі молоком та молочними продуктами за період 2015-2019 рр. (рис. 2.4).

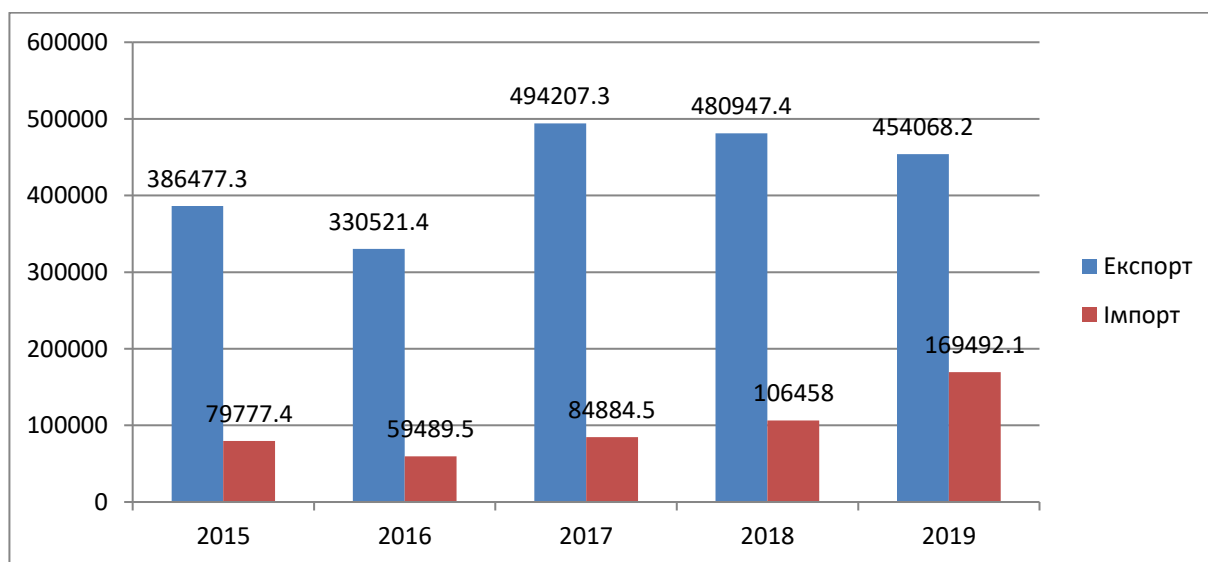


Рис. 2.4. Структура зовнішньої торгівлі молоком та молочними продуктами за період 2015-2019 рр., тис.дол. США

Джерело: [11]

Можна зробити висновок, що протягом 2016 спостерігалось падіння експорту молочної продукції, а в наступні періоди відбулось зростання.

Проте протягом 2017-2019 рр. були незначні зменшення у експорті. Імпорт молока протягом 2016-2019 рр. збільшувався, що свідчить про підвищення попиту на імпортовану молочну продукцію в Україні.

Рейтинг експортерів молочної продукції у 2019 році виглядає наступним чином:

- 1) «Вінницький молочний завод» Рошен» - 550-600 млн грн;
- 2) «Мілкіленд Інтермаркет» - 300-350 млн грн;
- 3) «Яготинський маслозавод» - 200-250 млн грн;
- 4) «Комо-Експорт» - 200-250 млн грн;
- 5) «Лакталіс-Україна» - 150-200 млн грн;
- 6) «Доменік» - 100-150 млн грн;
- 7) «Фуд Девелопмент» - 100-150 млн грн;
- 8) «Куп'янський молочноконсервний комбінат» - 100-150 млн грн;
- 9) Дочірнє підприємство «Ружин-молоко» - 95-100 млн грн;
- 10) «Рожищенський сирзавод» - 90-95 млн грн [12].

Зазвичай основними молочними продуктами в міжнародній торгівлі є сухе молоко і сироватка. Україна експортує по 25–35 тис. т цих товарів щорічно, успішно диверсифікуючи останнім часом напрямки з СНД до країн Азії й Африки. Важливим товаром в українському експорті є також згущене молоко, однак воно популярне, головним чином, у Середній Азії та інших країнах СНД.

Слід звернути увагу на те, що в процесі адаптації вітчизняних молочних виробників до європейських технологічних норм виробництва і контролю якості продукції, а також активного проникнення продукції європейських виробників на внутрішній ринок України, зростає якість молокопродуктів в цілому, що веде також до зростання цін, при тому, що ставка ПДВ на молочні продукти в Україні на 15% вища за європейську і становить 20%, тоді як у Німеччині — 7%, у Франції — 5,5%, у Польщі — 5%. Відповідно, якщо Україна прагне підвищити рентабельність молочного

бізнесу в країні, потрібно створити тотожні правила гри на внутрішньому ринку.

Обсяги переробки помітно знижуються внаслідок скорочення виробництва молока господарствами населення. Через це вперше за останні роки помітно скорочується експорт в еквіваленті сирого молока. Частка надходження на переробку молока від господарств населення скоротиться до 25%, хоча ще 10 років тому співвідношення господарства/сільгосппідприємства було 50/50. Головною причиною вищезазначеної ситуації є падіння попиту, зниження закупівельних цін у виробника молока, яким в даний період часу в значній мірі є приватні домогосподарства. Переробники будуть знижувати рівень співпраці з населенням в силу недостатнього рівня якості молока, а також відсутності бажання виробника (того ж населення) працювати над підвищенням цієї якості. Боротьба за якість призводить до зниження пропозиції сировини для промислової переробки, скорочення експорту.

Водночас спостерігається поліпшення якості сировини, що переробляється (в середньому) і, відповідно, якості готової молочної продукції на магазинних полицях, потенційне зростання закупівельної вартості молока у великих сільгоспвиробників, створюються умови для інвестицій у великотоварне виробництво, поступовий перехід на дотримання європейських вимог якості до сировини.

Також, на думку експертів, негативні умови конкуренції для національних виробників не сприятимуть будівництву нових ферм. Рівень рентабельності буде близький до рівня 2019 р., складе лише 7% — 12% залежно від регіону і рівня механізації виробника.

Слід зазначити, що у 2018 р. прибутковість виробництва молока в господарствах України знизилася на 14%, причому не стільки за рахунок зниження цін на продукцію, скільки за рахунок збільшення вартості кормів, інших витрат, пов'язаних з утриманням поголів'я. На цьому тлі немає причин

очікувати позитивних зрушень у виробництві молока господарствами населення.

Отже, слід зазначити, що в сучасних умовах ринок молока і молочної продукції є розбалансованим, йому притаманні низький рівень організації в контексті взаємозв'язків постачальників сировини і виробників, високі ціни, у зв'язку з чим українським виробникам молока утримувати свої позиції в умовах зростаючої конкуренції стає все важче. У силу високої ресурсоемності вітчизняного виробництва, невідповідності системи якісної оцінки в країні світовому рівню, а також з причини сталості структури і стійкості сегментації європейського ринку молока, Україна не може в повному обсязі конкурувати із західними виробниками.

Проведений аналіз ринку молочної продукції, сучасних тенденцій розвитку вітчизняного молочного ринку дозволив виділити базові умови для її вирішення.

По-перше, необхідна активізація переходу українських виробників молокосировини на інноваційні технології організації та управління виробництвом.

По-друге, зараз саме держава повинна зосередити увагу на захисті інтересів і прибутковості сільськогосподарських і переробних підприємств як основних товаровиробників продукції; завданнями держави повинні стати: створення умов для інтеграції сільськогосподарських товаровиробників з обслуговуючими і переробними підприємствами; наукове забезпечення розвитку галузі; підготовка і перепідготовка кадрів з умінням господарювання в ринкових умовах; створення програм реальної фінансової підтримки виробників молока. Зовнішньоекономічна політика держави має бути спрямована на захист вітчизняного товаровиробника за рахунок встановлення жорсткого контролю на митниці, здійснення регулювання імпорту та експорту через систему мит, квот, компенсаційних зборів, доведення мит до рівня, встановленого в країнах Євросоюзу.

2.2. Загальна характеристика діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» входить до складу групи компаній «Молочний Альянс».

Історія АТ «Молочний альянс» розпочалася у 2000 році з придбання низки виробничих підприємств, які в 2006 році було офіційно об'єднано в холдингову компанію з установчим капіталом близько 24 млн. грн. та балансом, що на 99,9% складається з довгострокових фінансових інвестицій.

Сьогодні АТ «Молочний альянс» – компанія з централізованою структурою управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами.

До складу Групи входять підприємства з виробництва сирів, цільномолочної та кисломолочної продукції, підприємства зі збору та обробки молока та молочної продукції, а також компанії, які здійснюють реалізацію продукції в Україні та за кордоном. Продукція випускається під брендами «Пирятин», «Славія», «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Хопси», «Златокрай» та «Молочний альянс». Продуктовий портфель компанії збалансований таким чином, щоб забезпечити потреби широкого кола споживачів в різних товарних категоріях молочного ринку і ринку сирів.

АТ «Молочний альянс» продовжує розвиватися і докладає максимум зусиль. У 2015-2017 роках під ТМ «Яготинське» було випущено низку унікальних продуктів: «Айран», «Турецький йогурт», «Закваска PRO», «Какао на молоці», «Геролакт»; під ТМ «Яготинське для дітей» — питний кисломолочний напій «Біфілакт»; у 2017-2018 роках було проведено ребрендинг ТМ «Пирятин», а також створено новий бренд — «Хопси» для дітей від 3-х років [13].

Компанія знаходиться в безперервному пошуку нових прогресивних рішень і нових продуктів. Впроваджуються інноваційні технології, постійно удосконалюються принципи управління бізнесом, зокрема всі найбільші

заводи сертифіковані за міжнародними стандартами управління та контролю якості ISO 9000 та HACCP, що дозволяє підприємствам Групи компаній «Молочний альянс» відповідати сучасним вимогам ринку [20].

В кінці 2012 року, запускаючи новий бренд для найменших українців ТМ «Яготинське для дітей», Група компаній «Молочний альянс» вирішила вивести на ринок дійсно еталонну торгову марку дитячого молочного харчування, якісну, корисну, зручну у використанні, орієнтовану на потреби малюків та їх батьків. Так, за перші три роки свого існування ТМ «Яготинське для дітей» стала безперечним лідером у своїй категорії з ринковою часткою 40% і, навіть, отримала визнання Європейського союзу. Основні види продукції, що виробляє підприємство – продукти кисломолочні, молоко для дитячого харчування, сир кисломолочний, паста сиркова, йогурт, кефір.

Завод дитячого харчування знаходиться у смт. Згурівка, екологічно чистій зоні, недалеко від ТДВ «Яготинський маслозавод». Офіційне відкриття підприємства відбулося у жовтні 2012 року. Розмір інвестицій – 139,5 млн. грн., з них витрати на будівництво та інженерні мережі – близько 24,6 млн. грн., витрати на обладнання та устаткування – 114,9 млн. грн. Обладнання заводу вироблено у Швеції, Італії, Німеччині, Ізраїлі та інших країнах. У грудні 2013 року Філія отримала сертифікати відповідності системам управління, вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2009 та управління безпечністю харчових продуктів ДСТУ ISO 22000:2007 (HACCP). У ході перевірки було проінспектовано всі діючі підрозділи виробництва та встановлено, що інтегрована система управління якістю на підприємстві функціонує у відповідності з вимогами міжнародних стандартів ДСТУ ISO 22000:2007 та ДСТУ ISO 9001:2009. Продукція ТМ «Яготинське для дітей» у 2017 році пройшла перевірку на якість, безпеку, чесність та отримала «Добрий знак» в категорії «молочне харчування».

Одним із ключових пріоритетів філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» є постійне розширення асортименту продукції.

У 2019 році розпочато виробництво нового виду продукції – безлактозного молока.

Протягом 2019 року підприємством були побудовані та введені в експлуатацію камери для зберігання продукції (950 кв. м.), встановлено нову СІР мийку. У попередньому році підприємством було введено в експлуатацію додаткову лінію живлення підприємства, завдяки чому у 2019 році було встановлено нову лінію ультрафільтрації та додаткове фасувальне обладнання.

З 2016 року філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», що входять до складу ГК «Молочний Альянс», набула право експортувати продукцію власного виробництва до країн Євросоюзу. Це підприємство пройшло сувору інспекцію Європейської Комісії та офіційно було внесено до переліку затверджених експортерів у країни ЄС.

У 2020 році підприємством заплановано установити новий стерилізаційний модуль та асептичний танк. Також у планах підприємства розширення ділянки ферментації.

Для виробництва молочної продукції ТМ «Яготинське для дітей» використовується лише натуральне молоко найвищої якості та натуральні фруктови, овочеві та ягідні наповнювачі. Технологічний процес виготовлення продукції ТМ «Яготинське для дітей» виключає додавання будь-яких консервантів, синтетичних барвників, антибіотиків та інших шкідливих харчових добавок, а також цукру. Продукти з наповнювачами ТМ «Яготинське для дітей» містять в якості підсолоджувача лише натуральну фруктозу. І звісно ж, при прийомі на завод вся сировина проходить суворий багатоступеневий контроль якості. Кожна партія готової продукції також підлягає контролю на підприємстві [14].

Керуючись думкою споживачів та задля збереження всіх корисних і смакових якостей продукту ТМ «Яготинське для дітей», обрали найкращу безпечну упаковку – скляну пляшку, яка не взаємодіє зі вмістом. Крім того,

задля зручності, кожна пляшка має кришку багаторазового використання, яка щільно закручується і дозволяє безпечно зберігати продукт в холодильнику.

Успішний розвиток компанії протягом усіх років обумовлено чітким дотриманням пріоритетів, визначених на початку діяльності компанії з прицілом на майбутнє:

- турботою про здоров'я своїх споживачів;
- натуральністю продукції та її високою якістю;
- постійним оновленням технологічних процесів та обладнання.

Компанія активно спонсорує соціальні, оздоровчі, гуманітарні та творчі проекти, допомагає дитячим будинкам і спортивним клубам, виділяючи на це щорічно близько 1 000 000 грн. У 2015-2016 рр. «Молочний альянс» в рамках опіки над 5 дитячими будинками та реабілітаційними центрами в Київській і Житомирській областях щомісяця надавав їх вихованцям продукцію ТМ «Яготинське для дітей».

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» — одне із підприємств України, яке пройшло жорстку сертифікацію комісії Євросоюзу та отримало право на експорт продукції до країн ЄС.

Структура організації обумовлює рівні відповідальності, ступінь делегування повноважень, права і обов'язки персоналу та впливу на швидкість прийняття рішень.

Відомо, що організація -це процес створення структури підприємства, яка дає можливість людям ефективно працювати разом для досягнення його цілей.

Організаційна структура представляє собою конструкцію підприємства з формальним чи неформальним вираженням, на основі якої здійснюється управління ним. Вона охоплює канали влади і комунікації між різними адміністративними службами та працівниками, а також потік інформації, яка передається цими каналами.

Організаційна структура управління відображає організаційний бік відносин управління і забезпечує єдність рівнів і ланок управління у їх взаємозв'язку.

Організаційна структура філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» включає в себе: адміністративний підрозділ, бухгалтерія, виробнича лабораторія, мікробіологічна лабораторія, фізико-хімічна лабораторія, відділ матеріально-технічного постачання, матеріальний склад, тощо.

Структура філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» представлена в Додатку А. На Філії використовую лінійно-функціональну структуру управління, яка спирається на розподілі повноважень та відповідальності за функціями управління та прийняття рішень по вертикалі. При цьому управління організоване за лінійною схемою, а функціональні підрозділи апарату управління допомагають лінійним керівникам вирішувати управлінські завдання. Така структура управління передбачає, що будь-які накази, розпорядження, які підлягають безумовному виконанню працівники одержують тільки від своїх безпосередніх лінійних керівників. При цьому лінійні керівники не підпорядковані керівникам функціональних відділів апарату управління.

Така структура управління завдяки своїй ієрархії забезпечує швидку реалізацію управлінських рішень, сприяє спеціалізації і підвищенню ефективності роботи функціональних підрозділів, уможливорює швидкий маневр усіма видами ресурсів.

Недоліками такої структури є складність регулювання відносин лінійних і функціональних керівників; в умовах реорганізації збільшується потік інформації, який спричиняє перевантаження керівників; така структура чинить опір здійсненню змін в організації. Лінійно-функціональна оргструктура застосовується при вирішенні задач, які постійно повторюються, забезпечуючи максимальну стабільність організації. Вона

ефективна для масового виробництва зі стабільним асортиментом продукції при незначних (еволюційних) змінах технології виробництва.

Надамо коротку характеристику діючим структурним підрозділам філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (Додаток Б).

Отже, на філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» використовують лінійно-функціональну організаційну структуру, що відповідає специфіці даного підприємства, адже саме вона забезпечує такий подій праці, при якому лінійні ланки управління повинні приймати рішення та контролювати, а функціональні - консультувати, інформувати, організовувати, планувати.

Проаналізуємо основні техніко-економічні показники діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл.2.1).

Таблиця 2.1

**Основні техніко-економічні показники роботи філії ТДВ
«Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», тис. грн.**

Показник	Один. виміру	Роки		Відхилення	
		2017 р	2018 р	Абс. відх.	Відн. відх.,%
1. Обсяг виробництва продукції в натуральному	тони	11884,2	14512,98	2634,74	22,17
2. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	141967	167644	25677	18,09
3. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	112868	127209	14341	12,71
4. Адміністративні витрати	тис. грн.	4432	6314	1882	42,46
5. Витрати на збут	тис. грн.	28598	40649	12051	42,14
6. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	145868	174172	28304	19,40
7. Прибуток (збиток) від реалізації продукції	тис. грн.	-4434	-7448	-3014	-67,97
8. Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	-4434	-7448	-3014	-67,97
9. Чистий прибуток	тис. грн.	-4434	-7448	-3014	-67,97

Продовж. табл. 2.1

1	2	3	4	5	6
10. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації	коп.	0,80	0,76	-0,04	-5
11.Рентабельність діяльності (продаж)	%	-3,93	-5,85	-1,92	х
12.Рентабельність продукції	%	1,26	1,32	0,06	х

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Отже, як бачимо обсяг виробництва філії у 2018 році зріс на 2634,74 тони в порівнянні з попереднім роком, тобто це на 22,17% більше, ніж у 2017 році. Відповідно чистий дохід (виручка) від реалізації збільшився на 25677 тис. грн. у 2018 році або на 18,09%. Собівартість продукції зросла на 14341 тис.грн. (12,71%), але це пов'язано із нарощення обсягу виробництва продукції. Адміністративні витрати та витрати на збут теж мали тенденцію до зростання і ці показники збільшились на 42,46% та 42,14% відповідно. В загальному повні витрати на виробництво та реалізацію продукції також збільшились на 28304 тис. грн. або 19,40%. Підприємство тримало збиток в розмірі 4434 тис. грн. в 2017 році та 7448 тис. грн. в 2018 році, що свідчить про зниження ефективності роботи підприємства., що може бути пов'язаним з високими витратами на збут та адміністративні витрати.

Рентабельність продаж знизилась на 1,92% а продукції зросла на 0,06%. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації в 2017 році дорівнювали 0,8 коп., а в 2018 0,76 коп., отже відбулось зниження на 0,04 коп.

Отже, спостерігається тенденція показників філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», як до росту в позитивну й негативну сторони, так і до спаду.

Розглянемо та проаналізуємо основні засоби підприємства (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Склад основних засобів філії ТДВ «Яготинський маслозавод»

«Яготинське для дітей» за 2017-2018 рр., тис грн

Показники	2017		2018		Відхилення			
	на поч. періоду	на кін. періоду	на поч. періоду	на кін. періоду	на поч. періоду		на кін. періоду	
					абс., тис. грн	відн., %	абс., тис. грн	відн., %
Виробн. призначення	175456,00	214122,00	216956,00	288984,00	41500,00	19,13	74862,00	25,91
будівлі та споруди	47878,00	58552,00	58482,00	69176,00	10604,00	18,13	10624,00	15,36
машини та обладнання	122511,00	141053,00	141507,00	177766,00	18996,00	13,42	36713,00	20,65
транспортні засоби	805,00	787,00	860,00	1623,00	55,00	6,40	836,00	51,51
Інші	4262,00	13730,00	16107,00	40419,00	11845,00	73,54	26689,00	66,03
Всього	175456,00	214122,00	216956,00	288984,00	41500,00	19,13	74862,00	25,91

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

З цієї таблиці видно, що підприємство використовує лише власні основні засоби, без залучення орендованих основних засобів.

Амортизація основних засобів нараховується із застосуванням прямолінійного методу. Строки корисного використання встановлюються для кожного об'єкта основних засобів окремо. Середні строки корисного використання для груп основних засобів становлять: будинки та споруди – 15 років; машини та обладнання - 10 років; транспортні засоби - 9 років; інші основні засоби - 5 років. Первісна вартість основних засобів на кінець звітного періоду 2017 року: 384869 тис.грн., ступінь зносу основних засобів: 44.36%, ступінь використання основних засобів: 100%, сума нарахованого зносу: 170747 тис.грн. Суттєвих змін у вартості основних засобів немає. Обмежень на використання майна Емітента немає.

Первісна вартість основних засобів на кінець звітного періоду: 497008 тис.грн., ступінь зносу основних засобів: 41.86%, ступінь використання основних засобів: 100%, сума нарахованого зносу: 208024 тис.грн. Суттєвих змін у вартості основних засобів немає. Обмежень на використання майна Емітента немає.

Далі розглянемо структуру основних засобів (табл.2.3).

Таблиця 2.3

**Структура основних засобів філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» на 2017-2018 рр., %**

Найменування основних засобів	Власні основні засоби,%		Відхилення, відсоткові пункти
	2017 рік	2018 рік	
будівлі та споруди	27,32	25,23	-2,09
машини та обладнання	67,65	63,10	-4,55
транспортні засоби	0,41	0,49	0,08
інші	4,62	11,17	6,55
Разом	100,00	100,00	-

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Таким чином, за період з 2017 року по 2018 рік, структура основних засобів не зазнала суттєвих змін. Питома вага будівель та споруд зменшилася на 2,09 (в.п.) і становила 25,23%, питома вага машин та обладнання зменшилася на 4,55 (в.п.) тобто 63,10%, а частка транспортних засобів та інших основних засобів зросла на, відповідно, 0,08 (в.п.), 6,55 (в.п.).

Розглянемо динаміку оборотних активів протягом 2017-2018 років на філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Динаміка оборотних активів філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» за 2017-2018 рр.**

Вид активу	2017 рік, тис. грн.	2018 рік, тис. грн.	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Виробничі запаси	24074	39050	14976	38,35
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	5150	5037	-113	-2,24
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	5813	4585	-1228	-26,78
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	388824	632949	244125	38,57
Інша поточна дебіторська заборгованість	90	132	42	31,82
Гроші та їх еквіваленти	846	1095	249	22,74
Витрати майбутніх періодів	709	71	-638	-898,59
Інші оборотні активи	63	468	405	86,54
Всього	425569	683387	257818	37,73

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Протягом 2017-2018 років спостерігалось збільшення вартості оборотних активів на 37,73%. У цей період спостерігалось зменшення дебіторської заборгованості за внутрішніми розрахунками на 38,57%, що є негативною тенденцією, зменшення обсягу коштів на банківських рахунках на 99,85%. Обсяг виробничих запасів та незавершеного виробництва зросли на 83,57% та 62,16%, відповідно.

Розглянемо структуру оборотних засобів протягом 2017-2018 років на філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Структура оборотних засобів філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» 2017-2018 рр.**

Вид активу	Питома вага 2017 рік	Питома вага 2018 рік	Відхилення, %
Виробничі запаси	5,66	5,71	0,06
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1,21	0,74	-0,47
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1,37	0,67	-0,70
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	91,37	92,62	1,25
Інша поточна дебіторська заборгованість	0,02	0,02	0,00
Гроші та їх еквіваленти	0,20	0,16	-0,04
Витрати майбутніх періодів	0,17	0,01	-0,16
Інші оборотні активи	0,01	0,07	0,05
Всього	100,00	100,00	0,00

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Виходячи із даних таблиці 2.5, можна зробити висновок, що дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків має найбільшу питому вагу в структурі оборотних засобів підприємства і дорівнює у 2017 році 91,37%, а у 2018 році 92,62% та має тенденцію до зростання. Виробничі запаси зросли на 0,06%, інші оборотні активи зросли на 0,05%.

Позитивною тенденцією є те, що дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги знизилася на 0,47%, а дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами на 0,7%.

Проаналізуємо показники стану і ефективності використання оборотних коштів філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Показники стану і ефективності використання оборотних коштів
філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»**

Показники	2017 рік	2018 рік	Абсол. Відхил.	Відн. Відхил., %
Розмір власних обігових коштів підприємства, тис. грн..	430549,00	559687,00	129138	23,07
Коефіцієнт реальної вартості оборотних коштів у майні підприємства	0,09	0,08	0,00	-4,71
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	0,42	0,34	-0,08	-23,21
Коефіцієнт завантаження, грн..	2,36	2,91	0,55	18,84
Коефіцієнт ефективності (прибутковості) оборотних коштів, грн..	0,09	0,08	-0,004	-4,71

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Отже, в порівнянні з 2017 роком у 2018 зросли розмір власних обігових коштів підприємства на 23,07%, коефіцієнт завантаження на 18,84% що є позитивними змінами. А коефіцієнт реальної вартості оборотних коштів у майні підприємства знизився на 4,71%, коефіцієнт оборотності оборотних коштів знизився на 23,21%, що є негативними наслідками для підприємства.

Персонал підприємства є головним його ресурсом, від його якості та ефективності використання значною мірою залежать результати діяльності й конкурентоздатність підприємства. Розглянемо це на прикладі досліджуваного підприємства (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Трудові ресурси філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» за 2017-2018 рр

Показник	2017 рік	2018 рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %
Облікова кількість штатних працівників, чол.	135	169	34	20,12
Кількість прийнятих штатних працівників, чол.	17	37	20	54,05
Кількість звільнених штатних працівників, чол.	14	12	-2	-16,67
Коефіцієнт обороту за прийомом	0,13	0,22	0,09	42,48
Коефіцієнт обороту за вибуттям	0,10	0,07	-0,03	-46,05
Фонд оплати праці штатних працівників, грн.	3336478,92	5657779,62	2321300,70	41,03
Продуктивність праці, грн./ос.	1051,6074	991,97633	-59,63	-6,01

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

З вищенаведеної таблиці видно, що філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» збільшила кількість працівників у 2018 році на 34 людини в порівнянні з 2017 роком. Такі зміни є позитивною динамікою для нашої держави, оскільки це означає, що створилися нові робочі місця і 34 особи трудового населення тепер є зайнятими на підприємстві. Не зважаючи на це, продуктивність праці знизилась на 6,01%, але це не є приводом до занепокоєння, оскільки тепер значна частина працівників тільки освоюється на підприємстві і у майбутньому може навпаки примножити позитивні зміни в продуктивності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

Проаналізуємо показники ліквідності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2017-2018 рр. (табл.2.8).

Таблиця 2.8

**Показники ліквідності філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» у 2017-2018 рр.**

Показники	Значення		Відхилення, +/-
	2017 рік	2018 рік	
Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	0,794	0,816	0,022
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,749	0,758	0,009
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0015	0,0016	0,0001
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-4980	-10680	-5700

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Отже, коефіцієнти поточної ліквідності та абсолютної ліквідності, а також чистий оборотний капітал не відповідають нормі. Це означає, що підприємство не здатне вчасно та своєчасно погасити свої зобов'язання. Коефіцієнти швидкої ліквідності є нижчими за нормативне значення, тобто підприємство в цілому ліквідне, але неспроможне негайно погасити поточні зобов'язання. Усі показники (крім чистого оборотного капіталу) збільшилися протягом 2017-2018 рр.

Розглянемо показники ділової активності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2017-2018 рр. (табл.2.9).

Таблиця 2.9

**Показники ділової активності філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» у 2017-2018 рр.**

Показники	Результати		Відхилення, +/-	Нормативне
	2017 рік	2018 рік		
Коефіцієнт оборотності активів	0,667	0,611	-0,056	збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,730	0,530	-0,200	збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,530	0,498	-0,032	збільшення

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Отже, негативна динаміка спостерігається за показниками оборотності кредиторської заборгованості та за коефіцієнтом оборотності основних засобів, а також коефіцієнт оборотності активів.

Розглянемо показники фінансової стійкості філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2017-2018 рр. (табл.2.10).

Таблиця 2.10

Показники фінансової стійкості заводу філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2017-2018 рр.

Показники	Значення		Відхилення, +/-
	2017 р	2018 р	
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,794	0,816	0,022
Коефіцієнт фінансової залежності	-0,00102	-0,01846	-0,01758
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	1	1	0
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,249	-0,229	0,02

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Фінансова стійкість підприємства передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитись за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів.

Коефіцієнт автономії говорить про те, на скільки активи підприємства сформовані за рахунок залучених коштів. На досліджуваному підприємстві відслідковується висока залежність від кредиторів. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу показує, що весь капітал підприємства є залученим.

Покажемо коефіцієнти рентабельності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» та їх динаміку у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

**Показники рентабельності філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» та продукції у 2017-2018 рр.**

Показники	Результати		Відхилення, +/-	Нормативне значення
	2017 рік	2018 рік		
Коефіцієнт рентабельності активів	-0,73	-1,72	-0,99	>0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	8,12	0,6	-7,52	>0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,031	-0,044	-0,013	>0 збільшення

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Розраховані вище показники рентабельності дають змогу зробити висновок про загальну рентабельність підприємства, а також про те, що ситуація з рентабельністю підприємства у 2018 році погіршилася.

В загальному можна відстежити падіння прибутку, що пов'язано з занадто високими витратами на збут. На думку автора, підприємство може навмисно занижувати свої прибутки. Адже, як відомо, згідно чинного законодавства, підприємство, що несе збитки у своїй роботі, має пільги, а також не сплачує прибутку з доходу. Якщо проаналізувати статистику, яку надає Альянс, то ТМ «Яготинське для дітей» чи не найкращий проект даної групи, але ж, якщо порівняти фінансові показники філії, то це не співпадає з реальністю.

2.3. Аналіз зовнішньоекономічних операцій підприємства

Підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства є головним центром уваги підприємства. В першу чергу, при плануванні змін зовнішньоекономічної діяльності підприємства слід проаналізувати її теперішній стан.

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності керується принципами, затвердженими в Законі «Про зовнішньоекономічну діяльність».

Відповідно до розділу 5 Положення про філію ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» Філія здійснює зовнішньоекономічну діяльність, зокрема:

- співробітництво з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами, в порядку на умовах, передбачених законодавством;
- експорт та імпорт товарів;
- надання послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності;
- різноманітна кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності, навчання та підготовка фахівців;
- спільна підприємницька діяльність Філії та іноземних партнерів відповідно до предмету діяльності Філії та Товариства;
- організація та проведення ярмарок, виставок, торгів, аукціонів та інших заходів спільно з іноземними партнерами;
- товарообмінні (бартерні) операції;
- орендні (лізингові) операції.

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності Філія виступає учасником зовнішньоекономічних зв'язків від імені Товариства.

Філія має право:

- сприяти відкриттю представництві, філій Товариства та створенню юридичних осіб на території інших держав відповідно до чинного законодавства цих держав;
- укладати від імені Товариства зовнішньоекономічні договори (контракти);
- визначати по узгодженні з Головою Правління Товариства форму розрахунків зовнішньоекономічних операцій серед тих, що не суперечать

чинному законодавству України та відповідають нормам міжнародного права;

- відкривати у банківсько-кредитних установах валютні рахунки на підставі довіреності, виданої Товариством та вести розрахунки з іноземними суб'єктами;
- реекспортувати товари, крім випадків, прямо заборонених законодавством;
- бухгалтерський та статистичний облік зовнішньоекономічних операцій Філії, а також відповідну статистичну звітність веде Філія [15].

На філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» питаннями зовнішньоекономічної діяльності займаються начальник відділу збуту, що є за сумісністю і перекладачем. Працівники відділу підпорядковані безпосередньо начальнику (рис.2.5).

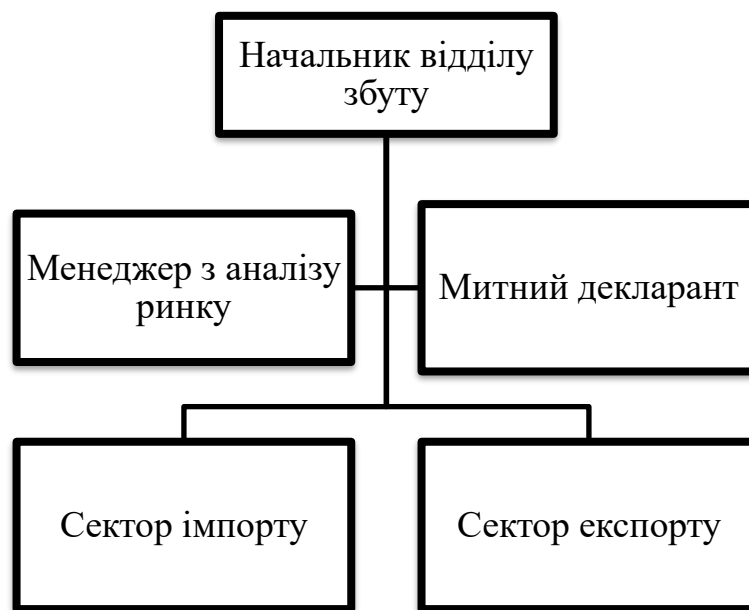


Рис. 2.5. Організаційна структура підрозділу, що займається ЗЕД філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Джерело: складено автором

Виробничі потужності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» дозволяють задовольняти потреби внутрішнього ринку та експортувати свою продукцію за кордон.

До 2014 року експорт становив до 70% загальної виручки. Нині ситуація така: експорт – 25% і 75% – внутрішній ринок. Оптимальним є співвідношення 30% експорту і 70% – внутрішній ринок.

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у зовнішньоекономічній діяльності працює лише з авансом (100% попередня оплата за товар перед його відвантаженням покупцеві, оплата здійснюється у валюті ЄВРО) та працює на різних умовах, що затверджуються в контракті, відповідно до «Інкотермс 2010». Форма розрахунку - прямий банківський переказ на валютний рахунок продавця.

Розглянемо товарно-географічну структуру експорту Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Товарно-географічна структура експорту Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Найменування продукції, що експортується	Країни, до яких експортується продукція
Ультрапастеризоване молоко	Китай, Молдова
Біфілакт	Грузія, Молдова
Молочна каша (злакова)	Китай, Грузія, Азербайджан
Сиркова паста (з наповнювачем)	Азербайджан, Молдова

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Отже, як бачимо, основними країнами-партнерами філії є Китай, Молдова, Грузія, Азербайджан. Згідно укладених контрактів продукція яка експортується: ультрапастеризоване молоко, біфілакт, молочна каша (злакова), сиркова паста (з наповнювачем). Основними стримуючими факторами для розширення експорту продукції є висока цінова пропозиція та конкуренція.

Перспективними для експорту продукції є Ізраїль, Канада, а також ринки країн СНД. Із закриттям в 2014 році російського ринку – основного ринку збуту для молочної продукції з України – «Молочний Альянс» розпочав активний пошук нових ринків збуту для своєї продукції. Традиційні пострадянські ринки звузилися: з квітня 2019 р. Білорусь відмовилася від

імпорту сирного продукту, який ми возили у 2017-2018 рр., через нав'язані Росією правила про ветеринарний контроль. Виникли певні складнощі і з ринком Казахстану: на сьогодні велика кількість продукції за молочним кодом у них обмежена до імпорту. Отже, місячні обсяги експорту скоротились удвічі.

Компанія брала участь у міжнародних виставках харчової промисловості в Африці (Йоганнесбург) - Africa's Big Seven 2015, Гонг-Конзі – Food Expo 2015, Узбекистані (Ташкент) – Uzbekistan Food Week 2015 та ОАЕ (Дубаї) – Gullfood Manufacturing 2015. На провідних виставках світу ТМ «Яготинське для дітей» представила широкий асортимент своєї продукції, готової до транспортування на далекі відстані та з тривалими термінами реалізації: сухі молочні продукти (сухе молоко та суху демінералізовану молочну сироватку), молоко тривалого зберігання в упаковці Тетра-Пак різної жирності.

У грудні 2013 року Філія отримала сертифікати відповідності системам управління, вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2009 та управління безпечністю харчових продуктів ДСТУ ISO 22000:2007 (НАССР). У ході перевірки було проінспектовано всі діючі підрозділи виробництва та встановлено, що інтегрована система управління якістю на підприємстві функціонує у відповідності з вимогами міжнародних стандартів ДСТУ ISO 22000:2007 та ДСТУ ISO 9001:2009. Продукція ТМ «Яготинське для дітей» у 2017 році пройшла перевірку на якість, безпеку, чесність та отримала «Добрий знак» в категорії «молочне харчування» [14]. Це означає, що дане підприємство має додаткові переваги експортного потенціалу.

З 10 січня 2016 року філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» набувала право експортувати продукцію власного виробництва до країн Євросоюзу, пройшовши перед цим жорстку перевірку Європейської Комісії ще в жовтні 2014 року, а напередодні нового 2016 року офіційно була внесена до переліку затверджених експортерів у країни ЄС.

Наразі підприємство посилює позиції на ринках, де вже представлені, зокрема в Китаї та країнах ЄС. У 2019 році постачали в Європу сухі продукти, але в невеликих обсягах, тому що були не вигідні світові ціни на біржові товари

Менеджмент ТМ «Яготинське для дітей» проявляє цікавість до продажів у Європу продукти для дитячого харчування. І хоча за якістю товари відповідають вимогам, але за цінами поки що неконкурентні. Окрім того, на ці продукти в ЄС для ввезення з України відсутня квота та встановлено великі митні платежі.

До Китаю у 2018 році філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» експортувала незначні обсяги сухого знежиреного молока та великі обсяги сухої сироватки. Ринок Китаю має певні особливості, зокрема, вони потребують продуктів довготривалого зберігання – понад шість місяців, а краще не менше року. Також для них важлива ціна. Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» могла б продавати їм ультрапастеризоване молоко, котре зберігається близько 90 днів, але нині ціни європейських виробників, зокрема польських, нижчі, ніж може запропонувати філія.

До країн Арабського світу (Марокко, Саудівська Аравія, ОАЕ) минулого року філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» експортували товари для готелів, поки що небагато – 50 тон.

Експортуючи молоко та молокопродукти до ЄС, ТМ «Яготинське для дітей» користуються євроквотами, оскільки без них ціна на продукцію буде не конкурентною з цінами на місцеві продукти. Доступ до ринку ЄС для молочної продукції з України було відкрито 11 січня 2016 р. Тоді перші 10 українських виробників отримали дозвіл на експорт молочної продукції на ринок ЄС. Станом на вересень 2017 р., кількість затверджених експортерів з України до ЄС зросла до 19. Одним із першовідкривачів була філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

2.4. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Проведемо аналіз обороту коштів у зовнішньоторговельних операціях. Для вивчення обороту розрахуємо коефіцієнт швидкості обороту, який вказує на середню тривалість одного обороту коштів з експорту, або, іншими словами, середню тривалість експортної операції (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Показники швидкості обороту ЗЕД Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Показник	Період				
	2015	2016	2017	2018	2019
Середній залишок коштів з експорту, тис грн.	2,1	5,2	5,4	6	5,6
Кількість днів у звітному періоді, днів.	365	366	365	365	365
Собівартість реалізованих товарів на зовнішньому ринку, тис. грн.	261,4	290,3	301,4	340,3	324,2
Коефіцієнт швидкості обороту експорту, днів.	12,23	13,1	12,4	11,9	11,3

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Отже за даними таблиці прослідковується зростання середнього залишку коштів з експорту. Це вказує на збільшення вартості середнього замовлення на експорт. Паралельно видно зростання обсягів експорту товарів за кордон. За даними розрахунків середній час одного оберту експорту в 2019 році скоротився і становить 11,3 дні, що є позитивним показником. Невеликий час одного обороту експорту вказує на високу мобільність компанії та на потенційні можливості до залучення додаткових коштів на розвиток та виконання поточних і стратегічних цілей. За результатами дослідження в цілому зовнішньоекономічна діяльність Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» проводилась без значних ризиків та з високою мобільністю до змін на ринку.

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» проводить переговори з Казахстаном, щоб відкрити туди постачання молочної продукції: запрошено комісію для додаткової сертифікації.

Мінагропрод і Держпродспоживслужба направили до Казахстану відповідні звернення щодо їх заводів.

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» з оптимізмом дивиться у майбутнє і продовжує свій розвиток у вибраному міжнародному напрямку. Компанія є надійним партнером, що завжди прислухається до побажань замовника і готова випускати не лише вже існуючий асортимент продукції, але й створювати новий.

Головною умовою проведення зовнішньоекономічної операції є її ефективність. Для досягнення найбільшого економічного ефекту від зовнішньоекономічної діяльності слід розвивати виробництво експортної продукції, яка дозволяє одержати найбільшу валютну виручку на одиницю затрат, та імпортувати ті товари, власне виробництво яких викликало б найбільші затрати на одиницю вкладених валютних коштів.

Дослідимо ефективність експорту основних видів продукції Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2015 - 2019 роках. Для цього вихідні дані занесемо в таблицю 2.14.

Таблиця 2.14

Вихідні дані для розрахунку ефективності експортної діяльності Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» за 2015 - 2019 рр.

Назва продукції	Назва показника	2015	2016	2017	2018	2019
Молочна каша	К-сть, од.	1500	2000	2400	2500	1800
	Ціна, €	1,2	1,3	1,1	1	0,9
	Ціна, грн	34,8	37,7	31,9	29	26,1
	Соб-ть, грн.	20	17	14	13	12,5
	Вартість, тис. €	1800	2600	2640	2500	1620
Сиркова паста	К-сть, од.	500	750	1500	2300	2000
	Ціна, €	0,8	0,9	1,1	1	1,2
	Ціна, грн	23,2	26,1	31,9	29	34,8
	Соб-ть, грн.	15	16	17,2	17,9	18,1
	Вартість, тис. €	400	675	1650	2300	2400

Продовж. табл. 2.14

1	2	3	4	5	6	7
Біфілакт	К-сть, од.	740	600	640	800	790
	Ціна, €	1,2	1,4	1,5	1,3	1,2
	Ціна, грн	34,8	40,6	43,5	37,7	34,8
	Соб-ть, грн.	18,1	20,4	20,6	19,3	19,1
	Вартість, тис. €	888	840	960	1040	948

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Визначимо валютну ефективність експорту по кожному товару та за кожен період (табл.2.15).

Таблиця 2.15

**Валютна ефективність експорту Філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» за 2015 - 2019 рр.**

Назва продукції	2015	2016	2017	2018	2019
Молочна каша	0,083	0,068	0,078	0,111	0,098
Сиркова паста	0,112	0,132	0,135	0,128	0,123
Біфілакт	0,115	0,118	0,123	0,122	0,124

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Порівняємо отримані показники з оберненим обмінним курсом валют за 2015-2019 роки.

- 2015 рік: UAH/EUR $1/32,1 = 0,0312$
- 2016 рік: UAH/EUR $1/31,5 = 0,0317$
- 2017 рік: UAH/EUR $1/30,5 = 0,0328$
- 2018 рік: UAH/EUR $1/30,6 = 0,0327$
- 2019 рік: UAH/EUR $1/29,4 = 0,0340$

Як видно із таблиці 2.15 валютна ефективність кожного виду продукції та їх інтегральна ефективність є більшими за обернений валютний курс у 2015-2019 рр., тобто експорт Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2015-2019 роках є ефективним. Найефективніше у 2017 році було експортувати сиркову пасту, а у 2019 році біфілакт.

Визначимо економічну ефективність реалізації експортних товарів філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл.2.16).

Таблиця 2.16

**Економічна ефективність реалізації експортних товарів Філії ТДВ
«Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» за 2015 - 2019 рр.**

Назва продукції	2015	2016	2017	2018	2019
Молочна каша	1,225	1,562	1,465	0,520	0,539
Сиркова паста	1,345	1,265	1,305	1,320	1,322
Біфілакт	1,569	1,235	1,123	1,128	1,129

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Як видно із результатів розрахунків у таблиці 2.16 експорт продукції Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» за 2015 - 2019 роках був економічно ефективним, так як показники за видами продукції у цих роках є більшими за одиницю. В 2015 році найбільш ефективними були поставки біфілакту, а у 2016-2019 молочної каші. Аналізуючи динаміку показника економічної ефективності реалізації експортних товарів, слід зазначити, що показники ефективності по всіх групах товарів у 2015 – 2019 рр. зросли, про що свідчить позитивне абсолютне відхилення.

Розрахуємо ефект від експорту філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл. 2.17).

Таблиця 2.17

**Економічний ефект експорту Філії ТДВ «Яготинський маслозавод»
«Яготинське для дітей» за 2015-2019 рр.**

Назва продукції	2015	2016	2017	2018	2019
Молочна каша	2220	41400	42960	40000	24480
Сиркова паста	4100	7575	22050	25530	33400
Біфілакт	12358	12120	14656	14720	12403

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Як видно із таблиці 2.17 експорт продукції Філії у 2015 - 2019 роках був ефективним, так як ефект експорту за видами продукції у цих роках мав позитивне значення, тобто більше за нуль. Впродовж розглянутого періоду Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» найбільшу

вигоду приніс експорт молочної каші, що в сумарному дорівнювало 151060 грн. Найменшу вигоду приніс експорт біфілакту, оскільки ефект експорту цього виду продукції є мінімальним (66257 грн). Наростаючий ефект від експорту спостерігається від сиркової пасти, загальний обсяг якої склав 95655 грн.

Отже, ефективність експортної діяльності Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у 2019 році зросла, за рахунок зростання експорту усіх видів продукції, а в більшій мірі від зростання обсягів експорту молочної каші та сиркової пасти.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проведено аналіз світового та внутрішнього ринку молока та молочної продукції. Ми з'ясували, що в Україні відстежується поступове зменшення поголів'я корів, у зв'язку з чим, зменшується кількість сировини. У липні 2018 р. набув чинності ДСТУ 3662: 2015 «Молокосировина коров'яче. Технічні умови» — документ, що встановлює стандарти для молока сортів «екстра», «вищий» і «перший». Тобто український ринок молока все ще продовжує трансформуватися та пристосовується до зовнішніх змін та попиту.

Найбільшими світовими імпортерами молока та молочної продукції у світі є: Польща, Німеччина, Нідерланди, Франція та Італія. Найбільше молокопродуктів Україна експортує до Китаю, Молдови, країн СНД та Сходу.

Здійснивши аналіз фінансових показників Філії, можемо констатувати, що на підприємстві збалансована структура капіталу, а також підприємство здатне відповідати за своїми короткостроковими зобов'язаннями, вчасно погашати свої борги та ефективно організовувати свої готівкові та безготівкові розрахунки. Також підприємство має гарні показники

платоспроможності. Проте останніми роками філія несе збитки, що може бути зв'язаним з інвестиційною діяльністю підприємства.

Аналіз зовнішньоекономічних операцій підприємства показав, що основними експортними партнерами філії є: Китай, Молдова, Грузія, Азербайджан. Підприємство бере участь в міжнародних виставках, що є важливою складовою для підвищення рівня його репутації на світовому ринку.

Оцінивши зовнішньоекономічну діяльність філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», ми визначили, що ефективність експортної діяльності Філії у 2019 році зросла, за рахунок зростання експорту усіх видів продукції, а в більшій мірі від зростання обсягів експорту молочної каші та сиркової пасти. Основними товарами, які експортує підприємство є: біфілакт, паста сиркова та молочна каша, що пов'язано насамперед з терміном зберігання. Валютна ефективність та економічний ефект і ефективність від експортної діяльності Філії мають позитивні значення, що свідчить про загальну рентабельність зовнішньоекономічних операцій філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ФІЛІЇ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»

3.1. Прийняття управлінського рішення щодо здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства

Орієнтованість української економіки на ринкові засади господарювання та прагнення до євроінтеграції сприяють пошуку можливих шляхів виходу української молочної продукції на зовнішні ринки збуту, підвищення її якості та захист вітчизняного споживача від надміру дорогої та неякісної імпоротної молочної продукції.

Ефективність організації зовнішньоекономічних операцій залежить від функціонування підприємства в цілому. Так організація експортних операцій залежить від кваліфікації менеджера з продажу, обраної маркетингової політики, діяльності агентів з пошуку ринків збуту, якості продукції, ціни продукції, витрат на організацію експортних операцій.

Пошук шляхів мінімізації витрат на організацію та здійснення зовнішньоекономічних операцій є основним на шляху до їх удосконалення. Перш за все, експортер має запропонувати здійснення експортної операції на вигідних для себе умовах, та зазначити це все в договорі, але попередньо досягти згоди між імпортером. Від встановлених умов, за якими будуть здійснюватися експортні операції залежить які витрати понесе кожна із сторін угоди.

Вигідними умовами для експортера є такі, коли всі витрати стосовно транспортування, навантаження, розвантаження, розмитнення та інших формальностей понесла імпортуючи сторона. Тому експортер повинен наполягати на умовах, які б задовольняли його інтереси та мінімізували витрати на здійснення експортних операцій.

Проведемо SWOT аналіз філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» для визначення його можливостей та сильних сторін (табл.3.1).

Таблиця 3.1

SWOT аналіз філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Сильні сторони • Наявність природних умов, традицій, технологій виробництва та переробки молока • Сильна позиція на внутрішньому ринку • Наявність сертифікатів та ліцензій • Використання прогресивних технологій	Слабкі сторони • Висока собівартість молока • Слабка інформаційна забезпеченість
Можливості • Можливості виходу на нові ринки інших країн • Використання квот ЄС • Організація рекламної кампанії • Збільшення частки ринку в Україні	Загрози • Експансія внутрішнього ринку імпортованою продукцією • Зниження якості сировини • Подальше збільшення цін на сировину

Джерело: складено автором

Отже, можливі шляхи удосконалення організації та підвищення ефективності експортних операцій підприємства характеризуються необхідністю поліпшення роботи із застосовування засобів страхування валютних ризиків, чітко окресленої маркетингової політики, пошуку більш вигідних постачальників та необхідністю укладання контрактів з більш вигідними умовами постачання.

Розглянемо шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства

Одним із можливих шляхів здійснення зовнішньоекономічних операцій може бути експорт у Литву. За проведенням аналізом у 2 розділі ми з'ясували, що вона є одним із лідерів по імпорту молочної продукції у світі. Крім того витрати на транспорт до Литви будуть не такими високими як у країни Сходу чи Африки. Експортуючи туди молочну продукцію Філія може

використовувати євроквоти, без яких, як вже було сказано, ціна на продукцію може бути не конкурентною.

Наступним шляхом підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій Філії є нові підходи до ціноутворення. В галузі експортної діяльності треба поступово збільшувати ціну експорту, що дасть змогу підвищити виручку від експорту, а також намагатися поступово зменшувати виробничу собівартість, і найголовніше – зменшувати накладні витрати пов'язані з експортом. Це дасть можливість підвищити позавиробничі витрати (маркетингові): витрати на додаткову рекламу, на упаковку, дизайн; одним словом - спрямувати витрати на досягнення максимальної мобільності та ефективності в галузі товароруху.

Така політика в галузі зовнішньоекономічної діяльності підприємства сприятиме підвищенню ефективності його експортно-імпортних операцій, а також налагодженню інтеграційних зв'язків із закордонними партнерами, що врешті-решт забезпечить прибуткове функціонування підприємства.

Важливою є діяльність агентів з пошуку ринків збуту. При виборі агента потрібно зважати на його професійні якості та досвід роботи в даній сфері, адже лише висококваліфікований фахівець зможе відшукати можливості для проникнення на нові ринки збуту та досягти домовленостей з партнерами.

Наступною пропозицією виступає впровадження новітніх GPS систем, що дозволять економити кошти. Контроль і управління транспортними, а також складськими витратами є функцією, яка реалізується службою логістики спільно із службою фінансів. Для логістів необхідні достовірні дані щодо цін і витрат, з якими вони працюють. У свою чергу працівники фінансового підрозділу потребують від логістів інформації щодо руху відвантаженої продукції, витрат, які планують на реалізацію логістичних проектів. У цьому зв'язку контроль і управління витратами на виконання вказаних функцій логістика здійснює спільно із фінансовим підрозділом. Оскільки рішення, що приймаються логістичною службою щодо

розподілення, повинні бути підкріплені даними про ціни і витрати, співробітники фінансової та планово-економічної служб, прогножуючи рух грошової маси, потребують інформації про рух відвантаженої продукції.

У сучасній інфраструктурі дорожнього руху дедалі важливішу роль відіграють геоінформаційні та GPS-технології, які уже сьогодні дають можливість забезпечити безпосередніх учасників дорожнього руху та всі ланки керування транспортною системою необхідною оперативністю та якісною просторово-часовою інформацією.

Системами GPSM з GPS GSM моніторингом стеження успішно оснащуються як автомобільний транспорт, так і спеціальна техніка.

Застосовуючи систему GPS для контролю транспорту, можна досягти найбільшої ефективності від роботи підприємства. Компанії, які займаються доставкою продуктів, поступово починають все більше впроваджувати у свою роботу системи GPS моніторингу, так як вони значно поліпшують транспортну логістику. Головним плюсом застосування GPS стеження в даній сфері - це підвищення якості роботи та рівня обслуговування клієнтів.

Також одним із можливих напрямів розвитку зовнішньоекономічних операцій є експорт дитячого харчування у Молдову. Молдова почала використовувати платформу для державних закупівель на прикладі української платформи Prozorro, яка зарекомендувала себе дійсно прозорим майданчиком для закупівель різних видів товарів, послуг та робіт. Це може бути каналом для пошуку покупців.

Перевагою є те, що для наших спеціалістів дана система вже є зрозумілою та зручною в користуванні. Також закупівлі здійснюються на міжнародному рівні і дають змогу учасникам розвивати свій бренд. Проте, саме ціна грає роль у виборі переможця, а не його репутація на ринку. Тому, такі закупівлі є досить вигідними і для учасників, і для замовників. Для подальшої розробки механізму прийняття управлінських рішень та розрахунку ефективності експорту було обрано саме експорт у Молдову.

Отже, для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та удосконалення експортних операцій на підприємстві необхідно звернути увагу на удосконалення організаційно-економічного механізму управління ЗЕД, удосконалення експортних операцій й механізму їх функціонування, проведення SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку зовнішньоекономічних операцій філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

Процес прийняття управлінських рішень включає в себе ряд етапів, які схематично зображені на рис 3.1.



Рис. 3.1. Процес прийняття управлінських рішень

Джерело: складено автором

На першому етапі відбувається постановка завдання, тобто виникає питання який товар експортувати, куди, за якою ціною, на яких умовах, тощо. Тобто ставиться питання чи варта ідея подальшого впровадження.

На наступному етапі керівник, в нашому випадку начальник відділу збуту, ставить мету та завдання перед своїми колегами. Менеджер з аналізу ринку оцінює експорт та імпорт на ринку молока, основні тенденції та статистику. Після збору всією необхідної інформації подається аналітичний звіт. Митний декларант оцінює обсяг документів, що необхідний для здійснення експорту. Сектор експорту здійснює аналіз існуючих каналів збуту продукції, засобів реклами, ціноутворення та стратегії маркетингу.

Вся зібрана інформація подається начальнику відділу збуту, а згодом директору філії. Проводиться оцінка відповідності розрахунків ефективності експорту до бажаних результатів.

Наступним рішенням є вибір найкращої альтернативи серед запропонованих на даний період часу. Для нас це експорт молока питне ультрапастеризоване вітамінізоване для дітей до Молдови у кількості 10 тон на рік.

Далі здійснюється пошук покупців та підготовка пакету документів для підписання контракту, цим займається юрист Філії. Також він є уповноваженою особою для пошуку та здійснення тендерних закупівель.

Далі здійснюється збір та оформлення документів для участі в тендері та очікування аукціону. Разом із відділом збуту юрист визначає точку беззбитковості для даної операції.

Після проведення аукціону, у разі перемоги, здійснюється подальше підписання зовнішньоекономічного контракту. Оформлюється рішення та наказ про випуск та поставку продукції.

Начальник відділу збуту здійснює контроль за його виконанням та розрахунками та забезпечує правомірність усіх дій.

3.2. Обґрунтування доцільності розширення експортного асортименту на ринку Молдови

З метою підвищення конкурентоспроможності пропонуємо постачати молоко питне ультрапастеризоване вітамінізоване для дітей ТМ «Яготинське для дітей» для компанії, що знаходиться у м. Кишинів (Молдова) у кількості 10 тон на рік.

Основні характеристики товару, що експортується:

- Упаковка - Tetra Brik Aseptic
- Маса нетто - 1 кг
- Строк та умови зберігання - 90 діб за температури +1...+25°C
- Розмір упаковки - 7,2×7,2×21,5 см
- Розмір ящика - 37,0×16,0×22,0 см
- Кількість у ящику - 10 шт.

Доставку товару планується здійснювати відповідним автомобільним транспортом на умовах DAP – Кишинів (Молдова). Для перевезення молока в тарі використовується авторефрижератор і ізотермічний фургон ОДАЗ 97725.

“DAP” – поставка в місці призначення. Термін DAP може позначати перевезення товару будь-яким видом транспорту, в тому числі і змішане транспортування. Умови такої поставки наступні: продавець зобов’язаний доставити товар в обумовлене місце, поки вантаж туди не прибув, продавець несе всі ризики. Тому в умовах контракту потрібно чітко позначити пункт призначення, і як тільки товар туди прибуде, продавець більше не відповідає за нього. Крім того, якщо в угоді йдеться про те, що продавець бере на себе ще й розвантаження товару, то він не має права вимагати від покупця оплати за таку послугу. Покупець починає нести всі ризики по втраті вантажу або його псуванню з того моменту, як товар був доставлений в пункт призначення.

У таблиці 3.2. наведено дані щодо рівня собівартості та прибутковості даного виду продукції підприємства. Відпускна ціна молока питного

ультрапастеризованого вітамінізованого для дітей в кількості 10 тон, що пропонується на експорт, складає: $34,5 \cdot 10\,000 = 345\,000$ грн.

Таблиця 3.2

**Зведена калькуляція на дитяче молоко ТМ «Яготинське для дітей»,
1л Tetra Brik Aseptic, грн**

Статті витрат	Вартість
Сировина та матеріали	13,50
Паливо та енергія	1,75
Основна заробітна плата	4,00
Додаткова заробітна плата	1,25
Відрахування на соціальні заходи	0,50
Утримання та експлуатація устаткування	1,50
Загально виробничі витрати	4,25
Виробнича собівартість	26,75
Адміністративні витрати	2,75
Повна собівартість	29,50
Прибуток	5,00
Відпускна ціна	34,50

Джерело: складено автором

1. Витрати на завантаження на філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» одиниці автомобільного транспорту. Який доставляє товар до Молдови, складають 500 грн. Для транспортування 10 тон молока нам необхідно 1 автомобіль. Отже, загальні витрати на завантаження складуть 500 грн.

2. Витрати на страхування вантажу 2% від страхової суми:

$345\,000 \cdot 0,02 = 6900$ грн.

3. Відстань від смт. Згурівка (де знаходиться філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей») до м. Кишинів (Молдова) дорівнює 573 км, у тому числі до кордону з Молдовою 348 км (пункт пропуску Нові

Гояни), а з митниці до м. Кишинів відповідно 225 км. Вартість 1 км перевезення складає 15 грн. Оскільки нам потрібен 1 автомобіль (10 тон) то вартість перевезення складе:

До кордону Україна – Молдова $348 \cdot 15 = 5220$ грн., після кордону Україна – Молдова 3375 грн.

При складанні контракту курс фіксується на рівні 1 євро = 29,75 грн.

4. Митна вартість складає: $345000 + 500 + 6900 + 5220 = 357620$ грн.

5. Для митного оформлення експорту молочної продукції необхідно подати пакет документів, більшість з яких потребує оформлення визначеним чином та отримання в відповідних органах, що тягне за собою додаткові витрати. Визначимо перелік необхідних документів та їх ціну, якщо таку сплачувати необхідно. До пакету документів входять:

- ідентифікаційна картка обліку в митному органі (облікова картка);
- контракт;
- рахунок-фактура (інвойс);
- паспорти водіїв;
- свідоцтво на право міжнародних перевезень під митним забезпеченням;
- технічний паспорт транспортного засобу;
- дискета з електронною копією МД;
- подорожній лист;
- вантажно-митна декларація;
- сертифікат походження;
- сертифікат відповідності;
- ветеринарний сертифікат;
- платіжне доручення про сплату митних процедур, мита, акцизу, єдиного збору;
- довідка про транспортні витрати.

Згідно з Податковим кодексом України від 2 грудня 2013 року № 2755-VI експорті продукції визначаються нульові ставки на сплату ПДВ, мита та акцизу.

На основі Закону України «Про єдиний збір, який справляється у пунктах

пропуску через державний кордон України» в редакції від 01.01.2013, підстава 2756-17, при експорті продукції єдиний збір не стягується. Тоді вартість отримання відповідних сертифікатів буде становити:

1. Сертифікат відповідності – 3000 грн.;
2. Сертифікат походження – 1500 грн.;
3. Картка реєстрації – 200 грн.
4. Вартість оформлення МД - 2000 грн. на один автомобіль.

Таким чином, експортні витрати складають:

$$500+6900+5220+3375+3000+1500+200+2000=22695 \text{ грн.}$$

Експортні витрати на 1 л молока становитимуть:

$$22695 / 10\,000 = 2,27 \text{ (грн.)}$$

Повна собівартість експорту молока складає:

$$(26,75 + 2,75 + 2,27) \times 10\,000 = 317700 \text{ (грн.)}$$

Контрактна вартість складає:

$$345000 + 22695 = 367695 \text{ (грн.)}$$

$$\text{Прибуток} = \text{Кв} - (\text{С/в} + \text{НВ})$$

$$\text{Прибуток} = 367695 - 317700 = 49995 \text{ грн.}$$

$$\text{Чистий прибуток} = \text{Прибуток} \times 18\%$$

$$\text{Чистий прибуток} = 49995 \times 0,82 = 40995,9 \text{ грн}$$

$$\text{Ефективність експорту} = \text{КВ} / (\text{С/в} + \text{НВ})$$

$$\text{Ефективність експорту} = 367695 : 317700 = 1,16.$$

$$\text{Рентабельність експорту} = \text{Прибуток} / (\text{С/в} + \text{НВ}) \times 100 \%$$

$$\text{Рентабельність експорту} = (49995 : 317700) \times 100\% = 16 \%$$

Результати економічної ефективності експорту філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» до Молдови подамо в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

**Економічна ефективність експорту філії ТДВ «Яготинський
маслозавод» «Яготинське для дітей» до Молдови**

Назва показника	Значення
Виручка від реалізації експорту, грн.	367695
Контрактна вартість, грн.	367695
Витрати на виробництво експортованої продукції, грн.	267500
Накладні витрати при експорті, грн.	50200
Прибуток, грн.	49995
Чистий прибуток, грн.	40995,9
Рентабельність експорту, %	16
Ефективність експорту	1,16

Джерело: складено автором

Розрахунок економічної ефективності заходу, щодо експорту молока питного ультрапастеризованого вітамінізованого для дітей у Молдову показав, що в результаті його успішного впровадження прибуток від експорту продукції підприємства виручка від реалізації продукції дорівнюватиме 367695 грн, а прибуток становитиме 49995 тис. грн. Після оподаткування прибутку ми отримаємо чистий прибуток у розмірі 40995,9 грн. Рентабельність експорту при даному заході становить 16%, а ефективність експорту – 1,16.

Розрахунки свідчать, що запропонований варіант принесе прибуток філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» у разі його успішної реалізації і може бути впроваджений на ньому.

3.3. Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Розглянемо як вплине запропонований захід на основні показники філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Вплив запропонованого рішення на основні показники діяльності Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»

Показник	Один. виміру	Роки		Відхилення	
		Базисний рік (2018)	Проектний рік	Абс. відх.	Відн. відх., %
1. Обсяг виробництва продукції в натуральному виразі	тони	14512,98	14522,98	10	0,07
2. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	167644	168001,7	367,7	0,21
3. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	127209	127476,5	267,5	0,21
4. Адміністративні витрати	тис. грн.	6314	6314	0	0
5. Витрати на збут	тис. грн.	40649	40699	50,2	0,12
6. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	174172	174489,7	317,7	0,18
7. Прибуток (збиток) від реалізації продукції	тис. грн.	-7448	-6488	960	12,89
8. Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	-7448	-6488	960	12,89
9. Чистий прибуток	тис. грн.	-7448	-6488	960	12,89
10. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації	грн	0,80	0,82	0,02	2,5
11. Рентабельність діяльності (продаж)	%	-4,44	-3,86	0,58	x
12. Рентабельність продукції	%	-5,85	-5,09	0,76	x

Джерело: складено автором

Отже, у проектному році обсяг виробництва зросте на 10 тон, які планується експортувати до Молдови, тобто це на 0,07% більше, ніж у 2018 році. Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 367,7 тис грн.

Відповідно собівартість виготовленої продукції також зросте на 267,5 тис. грн. Адміністративні витрати залишаться незмінними, а витрати на збут зростуть на 50,2 тис грн (0,12%). В загальному повні витрати зростуть на 317 тис. грн. або на 0,18%. Позитивними змінами є те, що прибуток зросте на 960 тис. грн, що у відносному значенні дорівнюватиме 12,89%. Витрати на 1 грн чистої виручки від реалізації зростуть на 0,02 грн. Рентабельність діяльності підніметься на 0,58% а продукції 0,76%.

Оцінимо як вплине запропонований захід на зовнішньоекономічну діяльність філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» в порівнянні з базисним роком (табл.3.5)

Таблиця 3.5

**Вплив запропонованого рішення на основні показники ЗЕД
Філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей»**

Показник	Роки		Абсол. відхил., +/-
	Базисний	Проектний	
Валютна ефективність експорту	0,115	0,136	0,021
Економічна ефективність експорту	1,193	1,574	0,381
Економічний ефект експорту	70283	120278	49995

Джерело: складено автором

Як бачимо з табл. 3.5, запропонований захід позитивно вплине на зовнішньоекономічні показники філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», про що свідчить ріст усіх показників. Валютна ефективність експорту зросла на 0,021%, а економічна ефективність експорту на 0,381%. Економічний ефект експорту збільшився на 49995 грн.

Отже, можна стверджувати, що запропонований захід, щодо експорту позитивно вплине на основні показники філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» і може бути впровадженим в подальшому.

Висновки до розділу 3

Ми провели SWOT аналіз філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» і навели можливі шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства: вихід на ринок Литви, нові підходи до ціноутворення, впровадження новітніх GPS систем, а також розширення експортного асортименту на ринку Молдови. Для останньої пропозиції сформовано процедуру прийняття управлінських рішень.

Було запропоновано контракт на поставку молока питного ультрапастеризованого вітамінізованого для дітей ТМ «Яготинське для дітей» для компанії, що знаходиться у м. Кишинів (Молдова) у кількості 10 тон на рік на умовах DAP (поставка в місці призначення). Тобто, продавець зобов'язаний доставити товар в обумовлене місце, поки вантаж туди не прибув, продавець несе всі ризики. Тому в умовах контракту потрібно чітко позначити пункт призначення, і як тільки товар туди прибуде, продавець більше не відповідає за нього. Покупець починає нести всі ризики по втраті вантажу або його псування з того моменту, як товар був доставлений в пункт призначення.

Вивчивши ціну та потенційні втрати було визначено, що: виручка від реалізації складе 367695 грн.. Ціна одиниці продукції складає: 34,50 грн, ефективність експорту дорівнюватиме 1,16%. Підводячи підсумки проведення аналізу ефективності зовнішньоекономічної угоди можна сказати, що вона за всіма показниками є ефективною.

Оцінка впливу на основні техніко-економічні показники дала змогу зробити висновок, що у разі впровадження заходу ефект буде позитивним. Тобто чистий прибуток і рентабельність зростуть на 12,89% і 0,58% відповідно.

Валютна ефективність експорту зросла на 0,021%, а економічна ефективність експорту на 0,381%, а економічний ефект експорту збільшився на 49995 грн.

Розрахунки підтверджують, що запропонований захід є ефективним і принесе прибуток, якщо його буде впроваджено на філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Таким чином, можна зробити висновок, що здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності забезпечує його конкурентоспроможність на ринку, є вигідною і для компанії і для кінцевого споживача, тому що в цьому випадку він отримує товар, який відповідає його запитам і ймовірно, не проводиться на території даної країни.

Зовнішньоекономічна операція – це комплекс дій українського суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності та іноземного суб'єкта господарської діяльності, що підпадає під визначення одного з видів зовнішньоекономічної діяльності, передбачених ст. 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», та включає закінчену разову передачу товару (виконання робіт, надання послуг) і закінчені розрахунки (грошові, товарні та в інших формах) за цю разову конкретну передачу товару (виконання робіт, надання послуг).

Організаційно-функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів: масштаби ЗЕД, витрати, які пов'язані з виробництвом за кордоном або з продажем продукції на зовнішніх ринках, складність продукції, досвід, контроль над гнучкістю бізнесу, прибутками і поведінням у конкурентному середовищі, економічна свобода, конкуренція, присутність у країні, ризики.

Основні показники, що характеризують зовнішньоекономічні операції: ефективність експорту/імпорту підприємства, валютна ефективність експорту/імпорту, рентабельність експорту/імпорту.

Аналіз світового ринку молока показав, що найбільшими імпортерами молока є Польща, Німеччина, Нідерланди, Франція та Італія. Найбільше молокопродуктів Україна експортує до Китаю, Молдови, країн СНД та Сходу. В Україні відстежується поступове зменшення поголів'я корів, у зв'язку з чим, зменшується кількість сировини та збільшення ціни на неї.

Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» це завод, що виготовляє високоякісні молочні продукти для дітей. Аналіз фінансового

стану філії показав, що вона здатна відповідати за своїми короткостроковими зобов'язаннями, вчасно погашати свої борги та ефективно організовувати свої готівкові та безготівкові розрахунки. Також підприємство має гарні показники платоспроможності. Проте останніми роками філія несе збитки, що може бути зв'язаним з інвестиційною діяльністю підприємства.

Аналіз зовнішньоекономічних операцій філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» показав, що основними експортними партнерами філії є: Китай, Молдова, Грузія, Азербайджан. Підприємство бере участь в міжнародних виставках, що є важливою складовою для підвищення рівня його репутації на світовому ринку.

Оцінивши зовнішньоекономічну діяльність філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», ми визначили, що ефективність експортної діяльності Філії у 2019 році зросла, за рахунок зростання експорту усіх видів продукції, а в більшій мірі від зростання обсягів експорту молочної каші та сиркової пасти. Основними товарами, які експортує підприємство є: біфілакт, паста сиркова та молочна каша, що пов'язано насамперед з терміном зберігання. Валютна ефективність та економічний ефект і ефективність від експортної діяльності Філії мають позитивні значення, що свідчить про загальну рентабельність зовнішньоекономічних операцій філії ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства було обрано декілька шляхів, а саме: вихід на ринок Литви, нові підходи до ціноутворення, впровадження новітніх GPS систем, а також розширення експортного асортименту на ринку Молдови.

Процес прийняття управлінського рішення складається з наступних етапів: постановка завдання, постановка мети та виявлення альтернатив її досягнення, аналіз станів зовнішнього середовища, виявлення, опис та оцінка можливих результатів дії, оцінка відповідності результатів дії поставленим цілям, оцінка очікуваного ефекту дій, вибір найкращої альтернативи та прийняття рішення.

Було запропоновано контракт на поставку молока питного ультрапастеризованого вітамінізованого для дітей ТМ «Яготинське для дітей» для компанії, що знаходиться у м. Кишинів (Молдова) у кількості 10 тон на рік на умовах DAP (поставка в місці призначення). Вивчивши ціну та потенційні втрати було визначено, що: виручка від реалізації складе 367695 грн.. Ціна одиниці продукції складає: 34,50 грн, ефективність експорту дорівнюватиме 1,16%. Валютна ефективність експорту зросла на 0,021%, а економічна ефективність експорту на 0,381%, а економічний ефект експорту збільшився на 49995 грн.

Підводячи підсумки проведення аналізу ефективності зовнішньоекономічної угоди можна сказати, що вона за всіма показниками є ефективною.

Дана пропозиція щодо підвищення ефективності експорту призвела до збільшення прибутку, посиленню конкурентних позицій по зовнішньоекономічним угодам, підвищилася рентабельність виробленої продукції. Отже, можна стверджувати, що проект має практичну цінність і може бути впровадженим на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Громадський кодекс України № 43519-IV от 16.01.2003 г. // Голос України. – 2003. – № 43. – 12 березня
2. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України №959-XII від 16.04.1991 р. // Голос України. – 1991. – 12 червня
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. // Голос України. – 2003. – 12 березня
4. Про затвердження Положення про порядок застосування до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності спеціальних санкцій, передбачених статтею 37 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" : Наказ Міністерства економіки України від 05.10.1999 р. № 19// Офіційний вісник України. – 2000. – 26 березня
5. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навчально-методичний посіб. : [для студ. вищ. навч. закл.] / Торгова Л. В., Хитра О. В. — Львів : «Новий світ-2000», 2006. — 512 с.
6. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: ...С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.
7. Теоретичні аспекти визначення сутності поняття "зовнішньоекономічна операція" / О. М. Котиш // Економіка розвитку. - 2014. - № 2. - С. 99-103.
8. Кириченко О., Кавас І., Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. – К.: Фінансист, 2000. – 653 с.
9. Юхименко П. І., Гацька Л. П., Півторак М. В. та ін. Міжнародний менеджмент. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
10. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4-те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с
11. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

- 12.Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2004. – 654 с.[с.563].
- 13.Сайт АТ «Молочний Альянс» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://milkalliance.com.ua>
- 14.Сайт ТМ «Яготинське для дітей» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://yagotynkids.com.ua>
- 15.Дідівський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Дідівський — К. : Знання, 2006. — 462 с. — (Вища освіта ХХІ століття).
- 16.Румянцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Румянцев А. П., Румянцева Н. С. — К. : ЦНЛ, 2004. — 377 с
- 17.Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Львів: Афіна, 2004. – 140с.
- 18.Гетьман О. О. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.О.Гетьман, В. М. Шаповал – Київ: Центр учбової літератури. – 2010
- 19.Гіл Ч. Міжнародний бізнес. – Київ: Основи, 2001. – 856с
- 20.ІНКОТЕРМС 2010. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі. – К.: Асоціація «ЗЕД», 2011. – 268 с.
- 21.Козик В.В., Панкова Л.А. та ін. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. – К.: ЦНЛ, 2004. – 608.
- 22.Лисенко Ю.М., Педь І.В. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – К.: Зовнішня торгівля, 2004. – 200 с.
- 23.Мних Є.В. Економічний аналіз підприємства : Підручник. – К.: КНТУ, 2008. – 514 с.
- 24.Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. / За ред. Ю.А.Кузьмінського. – К.: КНЕУ, 2001. – 179с
25. О. Г. Величко Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / О.Г.Величко, Ю.Г. Момот [Електронний ресурс] – Режим доступу:
- 26.<https://studfiles.net/preview/5226177/page:13/>

- 27.Світовий бізнес: Навчальний посібник / За ред Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: «Рута», 2004. – 498 с.
- 28.Управління зовнішньоекономічної діяльністю: Навч. посіб. / За заг. ред. А.І. Кредісова. – К.: ТОВ ВІРА – Р, 1998. – 448 с
- 29.Ушакова Н.Г., Савицька Н.Л. Міжнародне ціноутворення: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 218 с.
- 30.Біла О.Г. Біла, О. Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. / О. Г. Біла // Фінанси України. – 2007. – №4. – С.112-118.
- 31.Багрова І.В., Редіна Н.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. – К.: ЦНЛ, 2004 – 580с.
- 32.Береславська О.І., Наконечний О.М., Пясецька М.Г. та ін. Міжнародні розрахунки та валютні операції. Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 392с.
- 33.Бровков С., Руденко Л. Валютно-фінансовий механізм у міжнародному бізнесі. – К.: ТОВ “Агентство “Україна”2001. – 380 с.
- 34.Вітлінський В.В., Маханець Л.Л. Ризикологія в зовнішньоекономічній діяльності: Навч. посіб. – К.:КНЕУ, 2008. – 432 с.
- 35.Бандурка О.М. Фінансова діяльність підприємства : Підручник для студентів ВНЗ. Затверджено Міністерством освіти і науки України – 2-е вид., перероб., допов. – К.: Либідь, 2002. – 384 с. [с.257].
- 36.Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2008. – 592 с. . [с.312].
- 37.Гриньова В.М. Коюда В. О. Фінанси підприємств : Навчальний посібник – 2-ге вид., перероб. і доповнене. – К.: Знання-Прес, 2004. – 424 с.[с.359].
- 38.Деєва М.М., Дедіков О.І. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 328с. [с.125].
39. Жук М.В. Комерційні відносини України: розвиток експортного потенціалу: Підручник. – Чернівці: Рута, 2004. – 352 с. 45.
- 40.Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз і планування : Реком. МОНУ як навчальний посібник для студ. ВНЗ – К.: ЦНЛ, 2003. – 224 с. [с.93].

- 41.Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навчальний посібник – К.: Знання, 2000. – 378 с. [с.362].
- 42.Мельник В.М. Основи економічного аналізу: Короткий теоретико-методологічний курс : Реком. МОНУ як навчальний посібник для студ. ВНЗ. – К.: "Кондор", 2003. – 128 с. [с.178].
- 43.Мних Є.В. Економічний аналіз : Затверджено МОНУ як підручник для студ. ВНЗ / Є. В. Мних. – К. : ЦУЛ, 2003. – 412 с. [с.164].
- 44.Онисько С.М., Марич П.М. Фінанси підприємств: Підручник. – Львів: «Магнолія плюс», 2004 – 367с. [с.321].
- 45.Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб.. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488с.[с.189].
46. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – 454 с. [с.270].
47. Прокопенко І.Ф., Ганін В.І., Петряєва З.Ф. Курс економічного аналізу: Підручник. – Харків: Легас, 2004 – 384с. [с.281].
48. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2004. – 654 с.[с.563].
49. Стасюк Г.А. Фінанси підприємств. – Херсон : Олді-плюс, 2004. – 480 с. [с.403].
50. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз : Навчальний посібник. – 2-е вид., допов., перероб. – К: Алерта, 2003. – 485с. [с.239], [с.424].
51. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз : Навчальний посібник. Рекомендовано Міністерством освіти і науки України. – 2-ге вид., допов., перероб. – Львів : Новий світ, 2003. – 320 с. [с.287]
52. Філімоненков О.С. Філімоненков, О. С. Фінанси підприємств : Навчальний посібник. Реком. МОНУ для студ. ВНЗ – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: Кондор, 2007. – 400 с. [с.345].
53. Череп А.В. Економічний аналіз: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2005.- 160с. [с.145].

54. Шиян Д. В. , Строченко Н. І. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – К.: Видавництво А.С.К., 2003. – 240 с. [167].
55. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/>
56. Степанюк О. Нові ринки для експорту української молочної продукції [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://agroexpert.ua/novirinkidlaeksportuukrainskoimolocnoiprodukcii/>
57. Деркач А. О конкуренции украинских производителей молока с европейскими [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://infagro.com.ua/aleksandrderkachokonkurent siiukrainskihproizvoditeleymolokasevropeyskimi/>
58. Підсумки року на ринку молока: виробники все більше орієнтуються на Китай і ЄС [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://delo.ua/business/itogigodamoloko349186/>
59. Панова К. І. Потенціал зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України. / К. І. Панова // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – Випуск № 2(12). – С. 267-273.
60. Ковальчук Т.Г. Вплив інтеграційних процесів на формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств України / Ковальчук Т.Г.. // «Young Scientist». – 2016. – С. 55–59.
61. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. проф. С.В. Мочерного. – Тернопіль: Тарнекс, 1993. – 688 с.
62. Бабець Є.К. Управління зовнішньоекономічною діяльністю з позицій функцій менеджменту / Є.К. Бабець, В.І. Шалацький // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 26.
63. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник / Г.М. Дроздова. – К.: ЦУЛ, 2002. – 172 с.
64. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. / Ф. Котлер. – Київ: КМ-Букс, 2018. – 208 с.
65. Чухно А. А. Сучасні економічні теорії: Підручник / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко; за ред. А. А. Чухна. – К. : Знання, 2007. – 878 с.

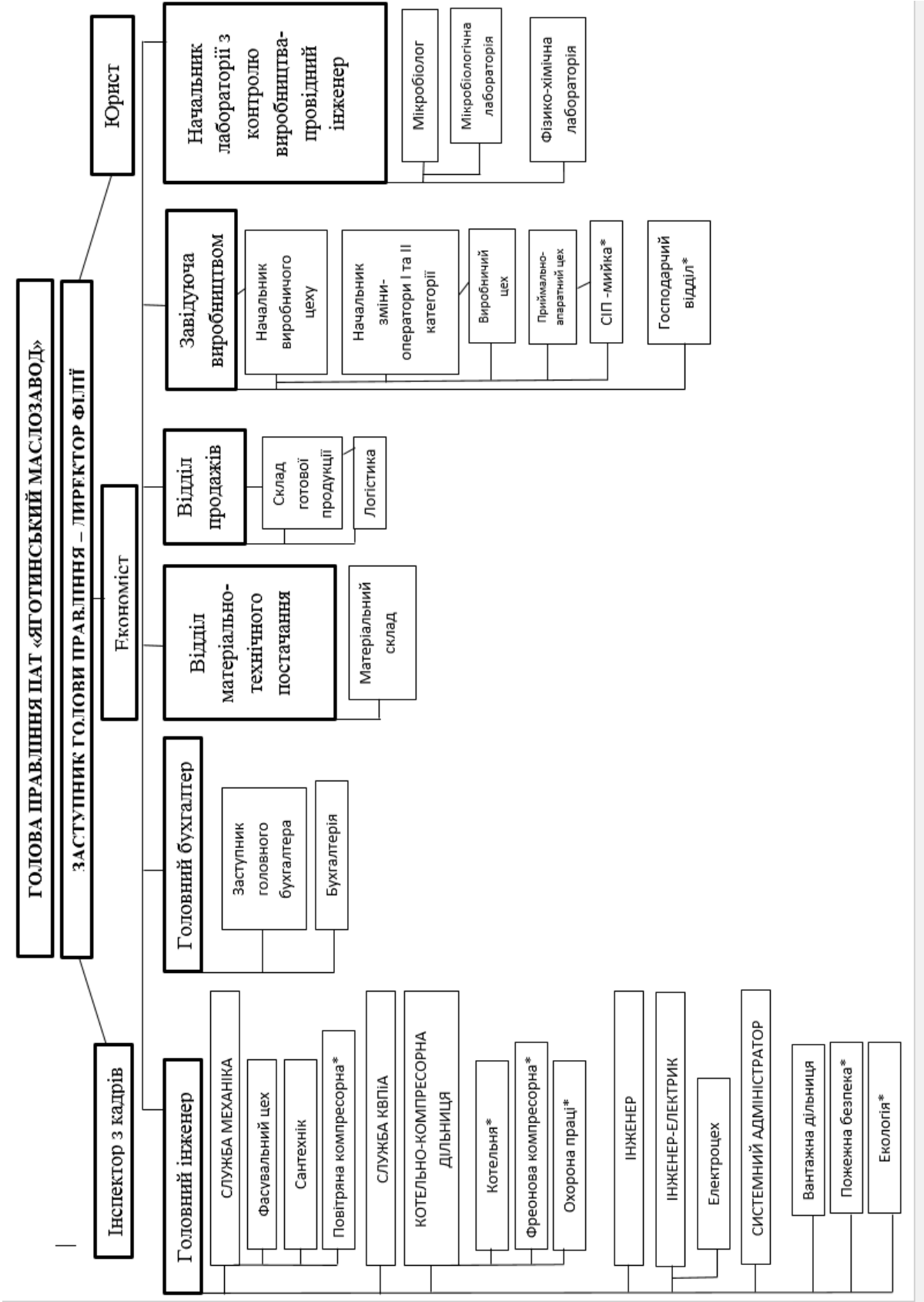
66. Лозниця В.С. Психологія менеджменту: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1997. – 248с. 10. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://buklib.net/books/22528/>
67. Харчук Т. Шляхи виходу підприємств на зовнішні ринки //Актуальні проблеми економіки./ Т. Харчук – 2012. - №8. –С. 12–17.
68. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посіб./ Т. М. Циганкова - К.: КНЕУ, 2001. — 488 с.
69. Шегда А. В., Литвиненко Т.М., Нахаба М.П. Економіка підприємства: Навч. посіб./ А. В. Шегда— К.: Знання-Прес, 2011.— 335 с.
70. Янковский Н.А. Організація зовнішньоекономічної діяльності великого виробничого комплексу: Навчальний . посібник./ Н. А. Янковский - Донецк: ДонНУ, 2009. – 430 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Характеристика структурних підрозділів філії ТДВ «Яготинський
маслозавод» «Яготинське для дітей»**

Найменування підрозділу	Функціональний(і) напрям(-и) діяльності	Ціль(-і)	Завдання, які вирішуються	К-сть працівників
Відділ бухгалтерії	Займається організацією і обліком фінансово-господарської діяльності на підприємстві.	Кругообіг коштів на підприємстві, організація обліку фінансово-господарської діяльності підприємства.	Забезпечує організацію розрахунків по заробітній платі працівникам, затвердження плану розрахунків підприємства; ефективне розрахування фінансової частини	4
Відділ головного інженера	Забезпечує постійне підвищення рівня технічної підготовки виробництва, його ефективності і скорочення матеріальних, фінансових і трудових витрат на виробництво продукції, високу їх якість	Забезпечує ефективність проектних рішень, своєчасну і якісну підготовку виробництва, технічну експлуатацію, ремонт і модернізацію устаткування, досягнення високого рівня якості продукції	Організовує проведення робіт з контролю якості продукції, виконання робіт відповідно до вимог стандартів і технічних умов, технічною документацією, умов поставок і договорів, а також зі зміцнення виробничої дисципліни, забезпечення високого технічного рівня і якості виконуваних робіт і послуг	15
Виробничий підрозділ	Підготовка та розгляд разом з юридичною службою претензій та відповідей постачальником та перевізником сировини у разі порушень умов договору; контроль за раціональним використанням коштів	Підготовка та розгляд разом з юридичною службою претензій та відповідей постачальником та перевізником сировини у разі порушень умов договору	Організація забезпечення заводу достатньою кількістю сировини та організація роботи з отримання її стабільної та гарантованої якості	12



Підприємств	Філія ТДВ "Яготинський маслозавод" "Яготинське для (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
			2019	01	01
			38073507		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2018 рік**

Форма N 2-к Код за ДКУД 1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	167644	141967
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-127209	-112868
Валовий:			
прибуток	2090	40435	29099
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	72	110
Адміністративні витрати	2130	-6314	-4432
Витрати на збут	2150	-40649	-28598
Інші операційні витрати	2180	-992	-613
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	
збиток	2195	-7448	-4434
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		0
Фінансові витрати	2250	()	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	0	
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	0	
збиток	2295	-7448	-4434
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	()	()
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		
збиток	2355	-7448	-4434

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-7448	-4434
Чистий прибуток (збиток), що належить:			
власникам материнської компанії	2470	-7448	-4434
неконтрольованій частці	2475		
Сукупний дохід, що належить:			
власникам материнської компанії	2480	-7448	-4434
неконтрольованій частці	2485		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	304821	234190
Витрати на оплату праці	2505	18292	11390
Відрахування на соціальні заходи	2510	3959	2522
Амортизація	2515	16783	13294
Інші операційні витрати	2520	43301	31552
Разом	2550	387156	292948

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Підприємств	Філія ПАТ "Яготинський маслозавод " "Яготинське для (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
			2018	01	01
			38073507		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2017 р.**

Форма N 2-к Код за ДКУД 1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	141967	138793
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-112868	-101336
Валовий:			
прибуток	2090	29099	37457
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	110	244
Адміністративні витрати	2130	-4432	-3861
Витрати на збут	2150	-28598	-25114
Інші операційні витрати	2180	-613	-600
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	-4434	8126
збиток	2195		0
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		0
Фінансові витрати	2250	()	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	0	
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		8126
збиток	2295	-4434	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	()	()
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		8126
збиток	2355	-4434	

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-4434	8126
Чистий прибуток (збиток), що належить:			
власникам материнської компанії	2470	-4434	8126
неконтрольованій частці	2475		
Сукупний дохід, що належить:			
власникам материнської компанії	2480	-4434	8126
неконтрольованій частці	2485		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	234190	128490
Витрати на оплату праці	2505	11390	5766
Відрахування на соціальні заходи	2510	2522	1303
Амортизація	2515	13294	8770
Інші операційні витрати	2520	31552	22802
Разом	2550	292948	167131

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число)	2019	01	01
Підприємство Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для	за ЄДРПОУ	38073507	
Територія 07600 Київська обл. смт. Згурівка вул. Коцюбинського, 6	за	3221955100	
Організаційно-правова форма філія	за КОПФГ	610	
Вид економічної вир-тво дітячого харчування та дітячих	за КВЕД	10.86	
Середня кількість 139			
Адреса, 07600 Київська обл. смт. Згурівка вул. Коцюбинського, 6			
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про очікуваний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		V	
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 р.**

Форма N 1

Люд за
п/ч/п

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1740	2468
первісна вартість	1001	2290	3446
накопичена амортизація	1002	550	1454
Незавершені капітальні інвестиції	1005	255	26723
Основні засоби	1010	103436	97316
первісна вартість	1011	158442	211343
знос	1012	55006	70785
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	105431	113435
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	24074	39050
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцією, товари, роботи,	1125	5150	5037
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	5813	4585
з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх	1145	388824	632949
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	90	132
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	846	1095
Витрати майбутніх періодів	1170	709	71
Інші оборотні активи	1190	63	468
Усього за розділом II	1195	425569	549007
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи	1200	-	-
Баланс	1300	531000	662442

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-4980	-12428
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-546	-12428
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	23578	38257
розрахунками з бюджетом	1620	118	320
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	163	344
розрахунками з оплати праці	1630	573	1202
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	509737	822610
Поточні забезпечення	1660	873	1561716
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	938	803
Усього за розділом III	1695	535980	673122
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	531000	662442

Додаток Є

Підприємств <u>Філія ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське» для</u>	Дата (рік, місяць, число) <u>2018 01 01</u>	КОДИ
Територ <u>07600 Київська обл. смт. Згурівка вул. Коцюбинського,6</u>	за ЄДРПОУ	38073507
Організаційно-правова форма <u>філія</u>	за	3221955100
Вид економічної <u>вир-тво дитячого харчування та дієтичних</u>	за КОПФГ	610
Середня кількість <u>115</u>	за КВЕД	10.86
Адреса, <u>07600 Київська обл. смт. Згурівка вул. Коцюбинського,6</u>		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		V
за міжнародними стандартами фінансової звітності		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2017 р.

Форма N 1

Лод за
п/ч/п

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	138	1740
первісна вартість	1001	850	2290
накопичена амортизація	1002	712	550
Незавершені капітальні інвестиції	1005	29	255
Основні засоби	1010	92723	103436
первісна вартість	1011	134728	158442
знос	1012	42005	55006
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	-	-
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	92890	105431
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	15045	24074
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи,	1125	6355	5150
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	-	-
за виданими авансами		2222	5813
з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх	1145	220397	388824
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	26	90
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	141	846
Витрати майбутніх періодів	1170	48	709
Інші оборотні активи	1190	32	63
Усього за розділом II	1195	244266	425569
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи	1200	-	-
Баланс	1300	337156	531000

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-546	-4980
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-546	-4980
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	15592	23578
розрахунками з бюджетом	1620	89	118
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	75	163
розрахунками з оплати праці	1630	249	573
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	320782	509737
Поточні забезпечення	1660	533	873
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	382	938
Усього за розділом III	1695	337702	535980
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	337156	531000