МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Ефективність експортної діяльності підприємства агробізнесу»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0732-ЗЕД-З
спеціальності 073 Менеджмент освітньої програми Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Герасимець А. С.
Керівник: доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат наук з державного управління, доцент
Петрова К. В.
Рецензент: доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор наук з державного управління, професор
Бікулов Д.Т.

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
Д.Т. Бікулов
«____»_____2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Герасимець Анна Сергіївна

1. Тема роботи «Ефективність експортної діяльності підприємства агробізнесу»

керівник роботи Петрова К. В. кандидат наук з державного управління, доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
затверджені наказом ЗНУ від 15.06.2023 року № 888-с

2. Строк подання студентом роботи 24.11.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬЯНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОВ «ЛМ КО»
3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПП ЛАНА»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _
15 таблиць
6 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрова К. В.		
2	Петрова К. В.		
3	Петрова К. В.		

7. Дата видачі завдання 30.04.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	20.04.2023	
2.	Затвердження змісту роботи.	30.04.2023	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	30.04.23-16.05.23	
4.	Розробка чернетки І розділу кваліфікаційної роботи.	17.05.23-23.05.23	
5.	Написання І розділу кваліфікаційної роботи.	24.05.23-27.05.23	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	28.05.23-25.06.23	
7.	Розробка чернетки ІІ розділу кваліфікаційної роботи.	26.06.23-29.08.23	
8.	Написання ІІ розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.23-05.10.23	
9.	Розробка чернетки ІІІ розділу кваліфікаційної роботи.	06.10.23-14.10.23	
10.	Написання ІІІ розділу кваліфікаційної роботи.	15.10.23-30.10.23	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	01.11.23-06.11.23	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	06.11.2023	
13.	Проходження нормоконтролю.	11.11.17-24.11.23	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	24.11.2023	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	грудень 2023	

Студент _____ А.С. Герасимець
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ К. В. Петрова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ Т.М. Магомедова
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 66 с., 6 рис., 15 табл., 52 джерела.

Об’єкт дослідження: організація та особливості експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».

Мета: аналіз теоретичних та методичних основ ефективності експорту агропромислової продукції на підприємстві, визначення основних напрямів підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».

Методи дослідження: описовий, порівняльний, розрахунковий, аналітичний.

Специфіка даної роботи полягає в тому, що було розглянуто теоретичні аспекти визначення ефективності експортної діяльності, розкрито сутність та особливості організації експортних операцій підприємства, досліджено методику та особливості визначення ефективності експортної діяльності підприємств АПК. У дипломній роботі здійснено аналіз експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» та дана оцінка її сучасного стану. Визначено ефективність експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА». На основі проведеного аналізу ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» запропоновано шляхи її підвищення за рахунок використання ефекту масштабу та оптимізації логістичних витрат.

ЕКСПОРТ ПРОДУКЦІЇ, КАНАЛ РОЗПОДІЛУ, ДОВЖИНА КАНАЛУ, ПОСЕРЕДНИК, ПРЯМИЙ ЕКСПОРТ, НЕПРЯМИЙ УКСПОРТ, ЦІНА КОНТРАКТУ, ЕКСПОРТНА ОПЕРАЦІЯ, ЗОВНІШНІЙ РИНОК.

ABSTRACT

Master's thesis: 66 pages, 6 figures, 15 tables, 52 sources.

The object of the study: the organization and peculiarities of the export activity of "SPP LANA" LLC.

Purpose: analysis of the theoretical and methodical foundations of the efficiency of the export of agro-industrial products at the enterprise, determination of the main directions of increasing the efficiency of the export activity of LLC "SPP LANA".

Research methods: descriptive, comparative, computational, analytical.

The specificity of this work is that the theoretical aspects of determining the efficiency of export activity were considered, the essence and peculiarities of the organization of export operations of the enterprise were revealed, the methodology and peculiarities of determining the efficiency of export activity of agribusiness enterprises were investigated. In the thesis, an analysis of the export activity of LLC "SPP LANA" was carried out and an assessment of its current state was given. The effectiveness of the export activity of "SPP LANA" LLC was determined. On the basis of the analysis of the efficiency of the export activity of "SPP LANA" LLC, ways to increase it by using the effect of scale and optimizing logistics costs are proposed.

PRODUCT EXPORT, DISTRIBUTION CHANNEL, CHANNEL LENGTH, INTERMEDIARY, DIRECT EXPORT, INDIRECT EXPORT, CONTRACT PRICE, EXPORT OPERATION, FOREIGN MARKET.

ЗМІСТ

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА 2
РЕФЕРАТ 4
ABSTRACT 5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬЯНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 9
1.1 Сутність та особливості організації експортних операцій підприємства АПК 9
1.2 Методика визначення ефективності експортної діяльності підприємства 12
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПП ЛАНА» ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ 18
2.1 Особливості організації експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» ... 18
2.2 Ефективність експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» 32
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПП ЛАНА» 46
3.1 Використання ефекту масштабу для підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» 46
3.2 Оптимізація логістичних витрат ТОВ «СПП ЛАНА» 51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 57
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ 62
ДОДАТКИ 67

ВСТУП

Одним з головних напрямів на шляху до інтеграції України в світове господарство наразі є активна участь підприємств в міжнародній торгівлі. Саме участь в міжнародній торгівлі дозволить підприємствам АПК України вийти на новий рівень свого розвитку. Проблема експортної діяльності розглядається в контексті зовнішньоекономічної інтеграції як найважливіша умова входження галузі у світову господарську систему.

Проблема експортної спроможності агропромислового комплексу набула особливої актуальності для України, зважаючи на сучасний стан вітчизняної економіки, обумовлений наслідками КОВІД-19 та війни. Мета експорту підприємства АПК — збільшити збут продукції і підвищити доходність. Проте експорт не слід розглядати як єдину альтернативу тим складнощам, що виникають у підприємства на внутрішньому ринку. Експорт — це тільки один із можливих варіантів його діяльності. І лише порівняно з іншими варіантами можна зробити висновок про економічну доцільність чи недоцільність здійснення цього виду ЗЕД.

Оскільки, головною метою підприємства АПК в умовах глобалізації є отримання максимального прибутку, то експортній діяльності повинно надаватися якомога більше уваги. На кожному виробничому підприємстві повинна бути добре організована служба маркетингу, що займається шляхами просування своєї продукції на ринку вільної конкуренції. Спрямування основних товаропотоків продукції до неорганізованих комерційних каналів збуту з непрозорими умовами купівлі-продажу, визначення кількості, якості продукції та цін, призводить до значних фінансових втрат галузі.

Дослідження проблем удосконалення організації експортної діяльності вітчизняних підприємств – суб’єктів агропромислового комплексу знайшли відображення в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Найбільший вклад у розв’язання зазначеної проблеми внесли: В.І. Бойко,

В.Р. Боєв, П.П. Борщевський, Д.Ф. Вермель, О.В. Крисальний, А.С. Лисецький, М.Г. Лобас, І.І. Лукінов, П.М. Макаренко, Л.Ю. Мельник, З.П. Ніколаєва, Б.Й. Пасхавер, В.Ф. Сайко, Л.М. Худолій та інші. Їх праці зробили важливий внесок у розробку проблем експорту продукції сільськогосподарськими підприємствами. Проте окремі сторони цієї багатогранної проблеми не вирішені і вимагають поглибленого їх дослідження.

Метою дослідження є аналіз теоретичних та методичних основ ефективності експортної діяльності на підприємстві агробізнесу, визначення основних напрямів підвищення ефективності експортної діяльності на ТОВ «СПП ЛАНА».

Об’єктом дослідження в роботі виступає ТОВ «СПП ЛАНА».

Предмет дослідження – ефективність експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».

Для розкриття теми дослідження були поставленні наступні завдання:

- перегляд літературних та періодичних джерел з питання ефективності експортної діяльності агропромислових підприємств;
- дослідити особливості визначення ефективності експортної діяльності підприємства;
- визначити особливості експортної діяльності на ТОВ «СПП ЛАНА»;
- проаналізувати ефективність експорту ТОВ «СПП ЛАНА»;
- запропонувати можливі шляхи підвищення ефективності експортної діяльності для ТОВ «СПП ЛАНА».

Методи дослідження – системний, статистичного моделювання (для оцінки ефективності експортної діяльності підприємства), графоаналітичний.

Практичне значення отриманих результатів полягає у застосуванні методики оцінки ефективності експортної діяльності підприємства агробізнесу, що дозволяє визначити перспективні напрямки підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬЯНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та особливості організації експортних операцій підприємства АПК

У процесі здійснення ринкових реформ підприємства України, в тому числі і підприємства АПК, одержали право самостійного виходу на зовнішні ринки. Вони мають змогу здійснювати всі види зовнішньоекономічної діяльності, що не суперечать чинному законодавству. Серед можливих напрямів ЗЕД особливе місце займає експорт продукції. Рішення про здійснення експорту вимагає глибокого і всебічного обґрунтування, оскільки недостатня його продуманість може призвести до серйозних економічних втрат.

Мета експорту підприємства АПК — збільшити збут продукції і підвищити доходність. Проте експорт не слід розглядати як єдину альтернативу тим складнощам, що виникають у підприємства на внутрішньому ринку. Експорт — це тільки один із можливих варіантів його діяльності. І лише порівняно з іншими варіантами можна зробити висновок про економічну доцільність чи недоцільність здійснення цього виду ЗЕД.

Коли підприємство, вивчивши в країні імпорту попит на свій товар, ціни, звички покупців, присутність на ринку конкурентів, дійшло висновку про доцільність експорту, тоді перед ним постає необхідність розв’язання такої важливої задачі, як вибір каналу дистриб’юції. У класичному трактуванні під каналами дистриб’юції розуміють тих посередників, через яких товар надходить від виробника до кінцевого споживача. В експортній діяльності неможливо досягти бажаного успіху без правильного вибору каналу дистриб’юції, оскільки тут йдеться про спосіб ведення експорту.

При непрямому експорті (рис. 1.1) виробник реалізує свій товар

вітчизняному зовнішньоторговельному посереднику і одержує від нього кошти. В свою чергу, експортна фірма продає куплений нею товар зарубіжному покупцю від свого імені і на своїх умовах. Вітчизняний виробник не має, по суті, контактів із зарубіжним покупцем, а тому його функція зводиться лише до поставки свого товару вітчизняному посереднику на узгоджених з ним умовах. За цих обставин виробник не має можливості прямо впливати на рівень ціни, за якою його товар продається зарубіжному покупцю.

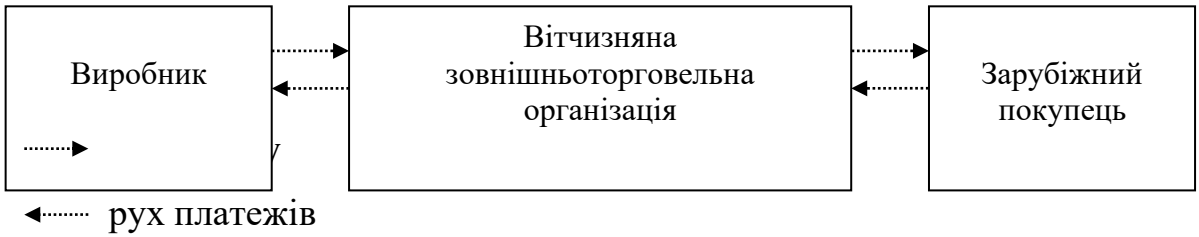


Рис. 1.1 Непрямий експорт [3]

При прямому експорті (рис. 1.2) з посередниками виробник продає свій товар зарубіжному імпортеру-посереднику, а останній перепродує його зарубіжному покупцю.

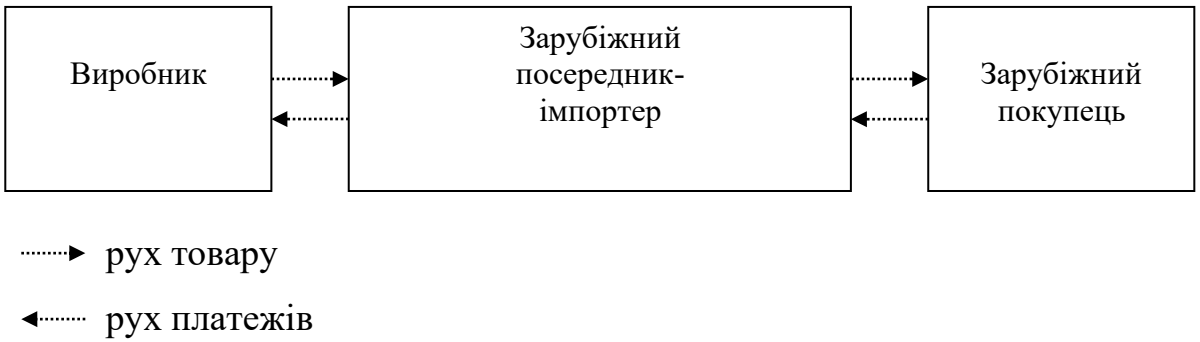


Рис. 1.2 Прямий експорт з посередниками [3]

Зарубіжний імпортер-посередник закуповує товар у вітчизняного виробника від свого імені і за свій рахунок і потім як власник на своїх умовах продає його зарубіжному споживачу. Таким імпортером-посередником може бути закупівельне об’єднання, оптовий магазин, торговий дім тощо.

Прямий експорт з посередниками може здійснюватися і за іншим варіантом, коли як канал дистриб'юції виступає агент (фірма або фізична особа) (рис. 1.3).

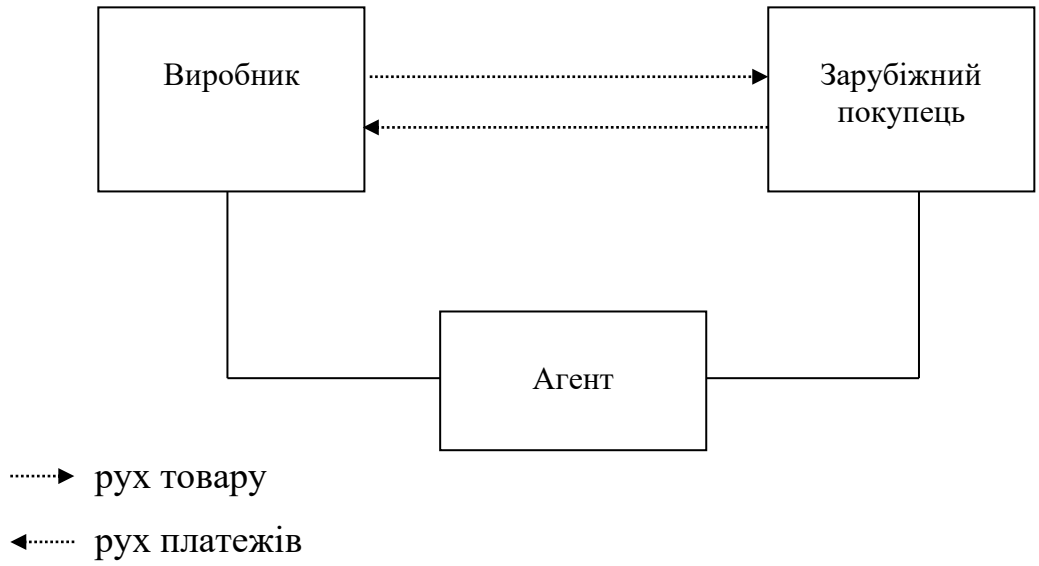


Рис. 1.3 Прямий експорт з агентом [3]

За прямого експорту без посередників вітчизняний виробник реалізує товар безпосередньо зарубіжному покупцю (рис. 1.4).

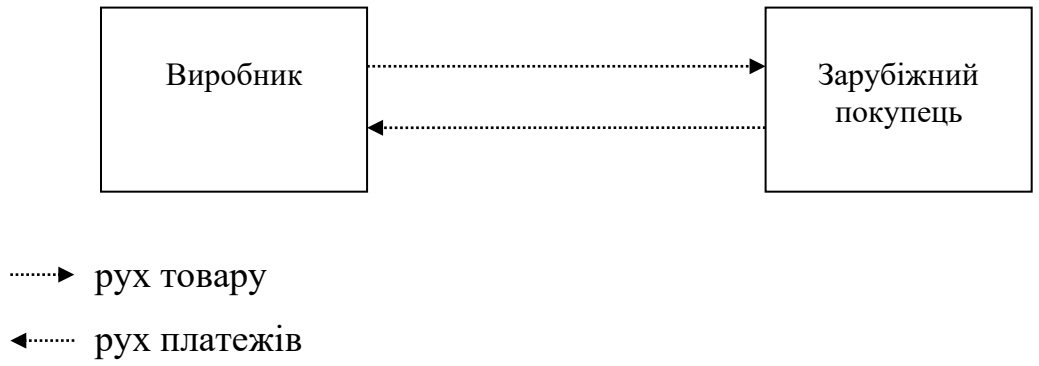


Рис. 1.4 Прямий експорт без посередників [3]

Виробник при цьому бере на себе всі ризики від здійснення експортної операції до моменту передачі товару у власність покупцю. Він покриває також всі передбачені договором витрати на експорт. Переваги даного способу ведення експорту полягають у тому, що підприємства мають безпосередній

зв’язок із закордонним ринком і споживачем, а тому можуть безпосередньо впливати на умови продажу свого товару. За інших рівних умов вітчизняні виробники одержують більший дохід, ніж при здійсненні експорту іншими способами. Проте досвід переконує, що експорт без посередників здійснюють, як правило, підприємства з великим досвідом експортної діяльності, з добре підготовленими кадрами в галузі ЗЕД.

1.2 Методика визначення ефективності експортної діяльності підприємства

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

Розглянемо методику аналізу ефективності експорту, запропоновану Л.Є. Стровським, у якій здійснений огляд загальних теоретичних положень аналізу і розроблені коефіцієнти ефективності експорту товарів.

Дохід підприємства від експорту товарів – це валютний виторг, що надходить на розрахунковий рахунок підприємства. У більшості випадків експортний дохід повинний бути представлений у гривневому еквіваленті [13].

Розглянемо абсолютні показники економічної ефективності експорту.

Валовий прибуток (ВП) або прибуток від продажів, або прямий економічний ефект при експорті, визначається як різниця між ціною контракту та повними витратами на виробництво та реалізацію продукції (реклама, маркетинг, транспорт, страхування, мито, збори та ін.):

$$ВП = Ц_{екс} – В_{екс}, \quad (1.1)$$

де $Ц_{екс}$ – ціна контракту;

$В_{екс}$ – витрати на виробництво та реалізацію продукції [13].

Прибуток (П) до оподаткування визначається як різниця між валовим

прибутком (доходом) та витратами обігу, включаючи виплати в соціальні фонди та інші витрати, які відносяться до витрат:

$$П = ВП – ВО, \quad (1.2)$$

де ВО – витрати обігу.

Одним з основних серед відносних показників ефективності експорту є рентабельність (Р) – співвідношення комерційного результату від експорту до витрат:

$$Р = КР / В, \quad (1.3)$$

де КР – комерційний результат від експорту;

В – витрати на експорт.

Цей універсальний показник дає поточну картину ефективності експорту підприємства, відображаючи величину заробітку на кожну вкладену гривню [13].

Рентабельність розраховується за будь-яким часовим критерієм: при плануванні майбутнього, аналізі минулого періоду, на момент укладення та виконання окремої угоди.

Під час оцінки ефективності експорту доцільно розраховувати наступні показники рентабельності:

- загальний прибуток (ЗП) на гривню експортного обороту, який відображає, наскільки ефективно здійснюється експорт на підприємстві та яка частка валового прибутку в загальному обсязі експортних продажів. Розрахунок проводиться за формулою:

$$ЗП = ВП – ПЕ, \quad (1.4)$$

де ВП – обсяг валового прибутку від експорту продукції;

ПЕ – об’єм експортних продажів.

- чистий прибуток на гривню експортного обороту ($ЧП_{е.об.}$), який показує у порівнянні з попереднім показником вплив прибутків на експорт підприємства. Розрахунок проводиться за формулою:

$$ЧП_{е.об} = ЧП / ПЕ \times 100\%, \quad (1.5)$$

де ЧП – обсяг чистого прибутку від експорту продукції.

- рентабельність експорту ($Р_{екс}$), який показує об’єм експортної виручки на кожну гривню експортних витрат [13].

Розрахунок проводиться за формулою:

$$Р_{екс} = ПЕ / В_{екс}, \quad (1.6)$$

де $В_{екс}$ – повні витрати підприємства на експорт [14].

При експорті підприємство несе наступні витрати:

- собівартість експортованого товару;
- транспортні витрати;
- організаційні витрати.

Під собівартістю товару розуміються витрати на виробництво товару підприємством.

Транспортні витрати містять у собі витрати на транспортування товару, що несе підприємство-експортер.

Організаційні витрати – це витрати підприємства на укладання контракту, мито і збори під час перевезення товару через митний кордон і т.д.

Таким чином, експортні витрати дорівнюють:

$$В_{екс} = С + Тр + Орг., \quad (1.7)$$

де С - собівартість товару;

Тр – витрати на транспортування;

Орг – організаційні витрати [12].

Для того, щоб експорт товару був ефективний, необхідно, щоб експортний дохід перевищував експортні витрати. Природно, що чим більше цей показник, тим ефективніше розширення експорту товару. Однак ця умова не є достатньою. Експорт товару доцільний, якщо експортний прибуток перевищує внутрішній прибуток підприємства від продажу товару усередині країни. Внутрішній прибуток дорівнює внутрішньому доходу за винятком собівартості товару. При цьому внутрішній доход – це виторг від продажу товару, призначеного на експорт, усередині країни [15].

Показник ефекту експорту характеризує результат діяльності підприємства і розраховується як різниця між обсягом випуску продукції на експорт і витратами на її виробництво.

Показник економічного ефекту від експорту ($ЕЕ_{екс}$) товарів, продукції, робіт або послуг визначається наступним чином:

$$ЕЕ_{екс} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}, \quad (1.8)$$

де $В_{вф}$ – гривневий еквівалент відрахувань у валютний фонд підприємства, який розраховується шляхом перерахування валютної виручки (віднімаючи виручку від обов’язкового продажу частини валюти державі) в гривню за курсом на дату надходження валюти, грн.;

$В_{гр}$ – гривнева виручка від обов’язкового продажу частини валюти державі, грн. ;

$В_{екс}$ – повні витрати підприємства на експорт, які включають витрати на виробництво та реалізацію продукції (реклама, маркетинг, транспорт, страхування, мито, збори та інше) [13].

За економічним змістом показник ефекту відповідає поняттю прибуток.

Показник економічної ефективності експорту ($Е_{екс}$) розраховується наступним чином:

$$Е_{екс} = (В_{вф} + В_{гр)} / В_{екс}. \quad (1.9)$$

Економічний зміст показника ефективності полягає в тому, що він визначає, яку кількість вигоди, результату є на кожну гривню витрат, тобто за економічним змістом показник ефективності відповідає поняттю рентабельності.

Достатня умова ефективності експорту буде виконуватися, якщо цей показник більше одиниці [16].

Для прийняття більш обґрунтованого рішення по експорту продукції показник ефективності експорту ($Е_{екс}$) порівнюється з показником ефективності виробництва та реалізації продукції на внутрішньому ринку ($Е_{вн}$):

$$Е_{вн} = О_{екс} / (С_{в.екс} + В_{р.вн}), \quad (1.10)$$

де $Е_{вн}$ – показник ефективності виробництва та реалізації продукції на внутрішньому ринку, грн./грн.;

$О_{екс}$ – обсяг експорту у внутрішніх цінах, грн.;

$С_{в.екс}$ – виробнича собівартість експортних товарів (витрати на виробництво), грн.;

$В_{р.вн}$ – витрати на реалізацію експортної продукції в середині країни, грн. [12].

Необхідною умовою ефективності експорту є виконання наступних співвідношень:

$$Е_{екс} > Е_{вн};\ Е_{екс} > 1, \quad (1.11)$$

Також може бути розрахований показник валютної ефективності експортної операції ($К_{ве}$):

$$К_{ве} = (В_{е}^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_{е}^{п}, \quad (1.12)$$

де $К_{ве}$ – показник валютної ефективності експорту, грн./грн.;

$В_е^{од}$ – контрактна ціна одиниці експортної продукції, валюта контракту;

$\overline{К_{вн}}$ - середньозважена величина коефіцієнту використання валютної виручки (валютний курс);

$В_е^{п}$ - питомі витрати на виробництво та реалізацію одиниці експортної продукції, грн. [13].

Розрахунок мінімально допустимої експортної ціни виконується наступним чином:

$$В_{е\,min}^{од} = В_е^{п} / \overline{К_{вн}}. \quad (1.13)$$

Під час розробки заходів щодо підвищення ефективності експортної діяльності підприємства ключовою проблемою є знаходження оптимального поєднання мінімізації витрат на збут при досягненні бажаного рівня виробництва і задоволення потреб споживачів. Це означає, що предметом раціоналізації є не окремі елементи діяльності підприємства (експорт), а знаходження економічно та ринково обґрунтованого оптимуму усіх елементів діяльності підприємства за умови раціоналізації сумарних витрат на експорт. Для цього на підприємстві необхідно організувати облік витрат на експорт [13]. Метою такого обліку повинно бути економічно обґрунтоване визначення обсягу витрат, необхідних у плановому періоді для забезпечення виробництва і реалізації продукції, визначення потреби в оборотних коштах, планування прибутків і формування вартості послуг на експорт.

Отже, вирішення окреслених в даному розділі проблем ефективності експортної діяльності підприємств АПК потребують подальшого вдосконалення, а також визначення на рівні конкретного підприємства, в якості якого в даному дослідженні було обрано ТОВ «СПП ЛАНА».

РОЗДІЛ 2
СУЧАСНИЙ СТАН ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПП ЛАНА» ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ

2.1 Особливості організації експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА»

Товариство з обмеженою відповідальністю «СПП ЛАНА» - українське агропрормислове підприємство, спеціалізується на рослинництві, медово-товарному виробництві, садівництві, риболовстві, а також надає послуги міжнародних автоперевезень. Адміністративно-господарський центр ТОВ «СПП ЛАНА» розташований в с. Плодородне Запорізького району Запорізької області.

Метою товариства є експорт конкурентоспроможної аграрної продукції, впровадження науково-технічних досягнень у сільськогосподарському виробництві; сприяння найбільш повному задоволенню потреб підприємств, організацій, окремих громадян сільськогосподарськими продуктами, продукцією переробки, товарами народного споживання, а також надання побутових, торговельних, фінансових, транспортних, посередницьких послуг; поліпшення технологічних, економічних показників, вивчення споживчого попиту, забезпечення гнучкого виробництва товарів, послуг, робіт і підвищення їхньої якості [23].

На сьогоднішній день на підприємстві працюють 150 осіб; майже 3 тис. га землі в обробітку, в тому числі і орендованої; 23 автомобілі, з них 15 великовантажних, що працюють в напрямі міжнародні перевезення; 10 тракторів та 4 комбайни; 6200 м. кв. складських приміщень; 475 вуликів; механізований тік, цех по переробці продукції, авто та механізована майстерня, млин та маслоцех по переробці соняшнику.

Організаційна структура ТОВ «СПП ЛАНА» наведена на рис. 2.1.

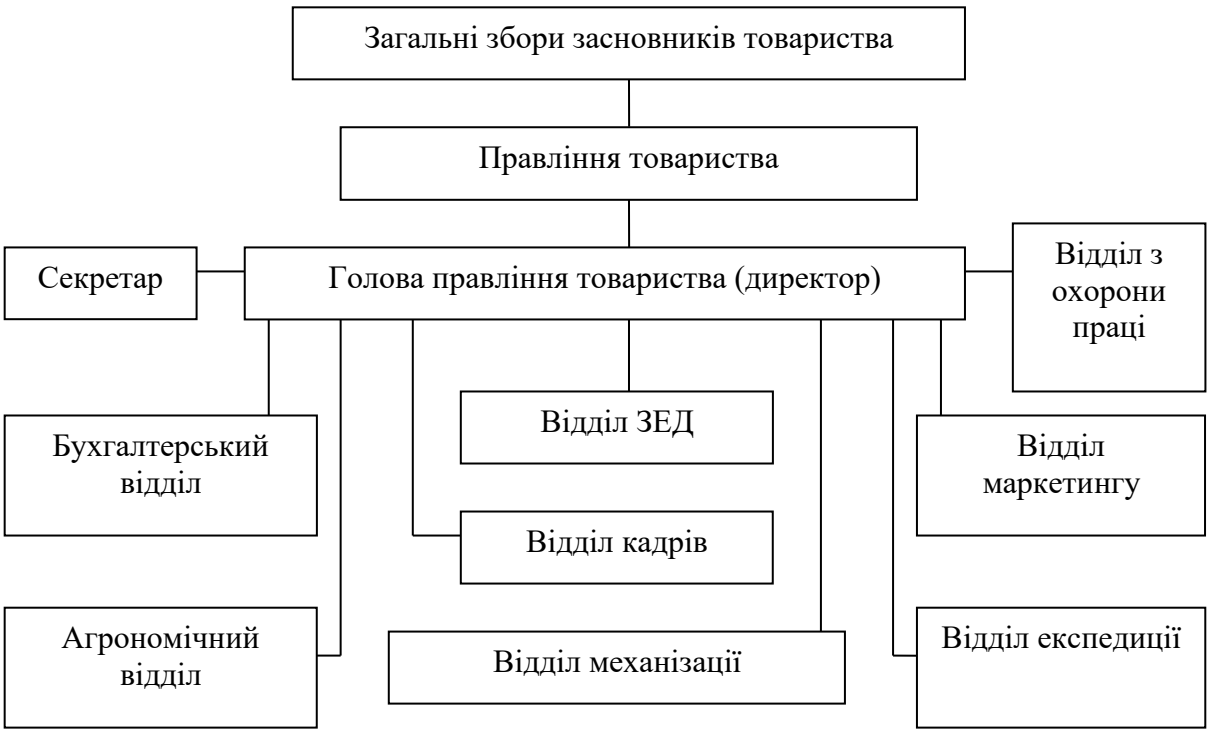


Рис. 2.1 Організаційна структура управління ТОВ «СПП ЛАНА» [23]

ТОВ «СПП ЛАНА» має у своєму складі такі підрозділи:

1. Виробничий відділ, що відає усіма питаннями, пов'язаними з випуском продукції (агрономічний відділ).

2. Функціональні відділи (ЗЕД, маркетингу, експедиції, відділ з охорони праці, механізації).

3. Адміністративні відділи (бухгалтерський, відділ кадрів).

На ланах господарства вирощуються стратегічно важливі для підприємства культури: озима пшениця, ячмінь яровий, просо, овес, соняшник, канареєчник, гірчиця, рапс, льон, сафлор, суданка, люцерна, кукурудза [24].

Досить важливою характеристикою ТОВ «СПП ЛАНА» є аналіз його розмірів. Показники, які необхідні для цього аналізу наведені в таблиці 2.1. Аналізуючи таблицю 2.1, можна сказати, що валова продукція та товарна продукція збільшилися відповідно на 22,7% та 21,3% у 2021 році порівняно з 2019 роком. Збільшення відбулося по таким показникам: загальна земельна площа – на 7,6%, вартість основних виробничих фондів – на 18,9%,

середньорічна вартість оборотних засобів – на 15,2%. Зменшення відбулося по показнику середньорічна чисельність працівників – на 3,2%.

Таблиця 2.1 - Економічні показники господарської діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» [25]

Показники	2019р.	2020р.	2021р.	2021 р. до 2018 р.,%
Валова продукція, тис. грн.	9374,7	10218,7	11507,2	122,7
Товарна продукція, тис. грн.	11432,6	12123,4	13863,5	121,3
Середньорічна чисельність працівників, осіб	155	153	150	96,8
Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	6121,5	6378,6	7278,5	118,9
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	7957,9	8102,8	9170,9	115,2
Загальна земельна площа, га в т. ч. с/г угіддя	2784 2784	2822 2822	2997 2997	107,6 107,6

Економічні результати ефективного ведення виробничої діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» представлені у таблиці 2.2.

Виходячи з даних таблиці, ми бачимо, що за показниками економічної ефективності виробництва ТОВ «СПП ЛАНА» за період 2019-2021 р.р. відбулося збільшення виручки на 21,3%, собівартості реалізованої продукції – на 3,6%, прибутку від реалізації – на 34,1%, рівень рентабельності підвищився на 29,5%, норма прибутку збільшилась на 12,8%.

Таблиця 2.2 - Показники економічної ефективності виробництва ТОВ «СПП ЛАНА» [25]

Показники	2019р.	2020р.	2021р.	2021 р. до 2019р.,%
Виручка від реалізації, тис. грн.	11432,6	12123,4	13863,5	121,3
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	6014,1	6277,4	6231,6	103,6
Прибуток від реалізації, тис. грн.	5691,0	5846,0	7631,9	134,1
Норма прибутку,%	92,9	91,6	104,8	112,8
Рівень рентабельності,%	94,6	93,1	122,5	129,5

Згідно зі статутом ТОВ «СПП ЛАНА», підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства України [23].

Головним аспектом зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» є експорт продукції. Більша частина (79%) продукції ТОВ «СПП ЛАНА» реалізується за межі України.

Структура товарної продукції, яка реалізується ТОВ «СПП ЛАНА» наведена в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 - Структура товарної продукції ТОВ «СПП ЛАНА» та динаміка її реалізації за 2018-2021 рр. [25]

Види продукції	2018р.		2019р.		2020р.		2021	
	Виручка від реалізації, тис. грн	Відсоток у загальному обсязі реалізації, %	Виручка від реалізації, тис. грн	Відсоток у загальному обсязі реалізації, %	Виручка від реалізації, тис. грн	Відсоток у загальному обсязі реалізації, %	Виручка від реалізації, тис. грн	Відсоток у загальному обсязі реалізації, %
1.Продукція рослинництва - всього	9392,3	95,5	10932,3	95,6	11493,9	94,8	13188,4	95,1
1.1 Пшениця	2313,1	23,5	2192,3	19,2	2252,2	18,6	1773,3	12,8
1.2 Ячмінь	774,2	7,9	830,2	7,2	569,7	4,8	543,7	3,9
1.3 Просо	982,6	10,0	1112,1	9,7	1357,1	11,2	1600,3	11,6
1.4 Вівса	150,1	1,5	190,6	1,7	254,4	2,1	353,7	2,6
1.5 Канареєчник	311,7	3,2	305,1	2,7	365,7	3,0	415,8	3,0
1.6 Соняшник	1963,6	19,9	1152,7	10,1	1302,8	10,7	2022,3	14,5
1.7 Гірчиця	1032,6	10,5	1240,4	10,8	1325,4	10,9	1568,9	11,3
1.8 Льон	-	-	1306,5	11,5	1606,4	13,3	2092,3	15,1
2. Плоди кісточкові	1864,4	19,0	2602,4	22,7	2460,2	20,2	2817,5	20,3
3. Продукція тваринництва - всього	440,1	4,5	500,3	4,4	629,5	5,2	675,7	4,9
3.1 Мед	440,1	4,5	500,3	4,4	629,5	5,2	675,7	4,9
Всього по підприємству	9832,4	100	11432,6	100	12123,4	100	13863,5	100

Як видно із неї за останні роки на підприємстві склалася стабільна структура виробництва і реалізації продукції.

В загальному обсязі реалізації близько 95% займає продукція рослинництва. В 2021р. підприємство збільшило об’єм виробництва льону, так як експорт цього виду продукції є досить рентабельним як на внутрішньому

так і на зовнішньому ринках.

В структурі зернових культур зростає виробництво і реалізація дрібнонасіннєвого зерна, яке широко використовується для приготування кормових сумішей для декоративних птахів – проса, вівса, канареєчника, які користуються великим попитом в країнах Європи – Польші, Угорщині, Словаччині. Тому одним з направлень реалізації сільгосппродукції ТОВ «СПП ЛАНА» є приготування різноманітних зерносумішей за рецептами замовників для подальшого використання їх як корму для декоративних птахів та гризунів [24].

Організацією експортних операцій на ТОВ «СПП ЛАНА» займається відділ ЗЕД, що виконує усі функції, пов'язані з експортом продукції.

Проведення експортних операцій на ТОВ «СПП ЛАНА» здійснюється в декілька етапів:

1. Маркетингові дослідження ринку. Аналіз кон'юнктури ринку являє собою комплекс заходів, спрямованих на повне дослідження процесів і факторів, що впливають на попит і пропозицію, і визначають економічне становище між виробником і споживачем продукції. Визначальними чинниками є: ціна товару, якість, умови поставки. Цими питаннями займаються маркетологи, найбільш кваліфіковані фахівці підприємства.

Особлива увага приділяється наступним питанням:

- вивчення ринків збуту;
- прогнозування кон'юнктури ринків і динаміки цін;
- збір та обробка даних про аналогічну продукції інших виробників.

2. Вивчення системи державного регулювання ЗЕД. Організація експортних операцій включає ретельне опрацювання нормативних документів, що регламентують зовнішньоекономічну діяльність.

3. Техніко-економічне обґрунтування. Техніко-економічне обґрунтування включає: розрахунок ціни товару, розрахунок рентабельності операції з урахуванням всіх витрат, податків, мит.

4. Укладення зовнішньоторговельного контракту.

5. Виконання контрактних зобов'язань [26].

За результатами цих робіт ТОВ «СПП ЛАНА» приймається рішення про характер зовнішньоторговельної операції.

Процес організації експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» в загальній структурі управління ЗЕД здійснюється за схемою, наведеною на рис. 2.2. Процес організації ЗЕД на рис. 2.2 є загальним, його можна розглянути більш детально.



Рис. 2.2 Процес організації експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» [26]

Після підписання контракту обома сторонами, відділ ЗЕД починає формувати необхідний пакет документів. Для цього підприємство має провести експертизу продукції, яка підтверджується отриманням сертифікатів,

які засвідчують її якість, від певних служб та інспекцій:

- фітосанітарний сертифікат, виданий Карантинною службою;
- сертифікат якості, виданий Державною Хлібною Інспекцією України.

Підприємство повинне оформити та надати покупцеві рахунок-фактуру, в якому вказується вартість продукції, яку ТОВ «СПП ЛАНА» продає йому.

Далі угода реєструється на товарній біржі, після чого підприємство отримує біржовий договір та картку реєстрації угоди.

По завершенню зовнішньоторговельної угоди за даними бухгалтерського обліку проводиться розрахунок фактичного коефіцієнта рентабельності. При цьому враховуються всі види податків, платежів по зовнішньоекономічній діяльності: сплата митних зборів, акцизів, ПДВ, зборів за митне оформлення товарів, а також всі види витрат, пов'язані із зовнішньоторговельною угодою.

Так як ТОВ «СПП ЛАНА» є відправником і перевізником в одній особі, то договір на перевезення не оформлюється.

Для здійснення перевезень вантажів через кордони держав, ТОВ «СПП ЛАНА» має Carnet TIR (книжку міжнародних дорожніх перевезень (МДП)), виданий Асоціацією міжнародних автомобільних перевезень (АСАМП). Книжка МДП застосовується для спрощення митних формальностей і діє на основі «Митної конвенції про міжнародне перевезення вантажів з використанням книжки МДП». Заповнення Carnet TIR є обов’язком ТОВ «СПП ЛАНА» як перевізника.

Відомо, що від того, хто (ТОВ «СПП ЛАНА» чи його покупець) бере на себе видатки, пов'язані з транспортуванням, страхуванням і митним оформленням вантажів, залежить ціна, позначена в контракті. ТОВ «СПП ЛАНА» вже не перший рік працюючи з закордонними партнерами, застосовує умови Інкотермс, що систематизують правила міжнародної торгівлі. Найбільше часто застосовувані на ТОВ «СПП ЛАНА» – CPT, CIP, DDU, DDP.

Потім в процес виконання експортного замовлення вступає відділ експедиції ТОВ «СПП ЛАНА», який оформлює інші необхідні для

транспортування вантажу документи і відвантажувальну специфікацію, де вказується найменування вантажу та тоннаж. Далі на основі цих документів оформлюється міжнародна товарно-транспортна накладна (CMR) на перевезення вантажу.

Також, відділ ЗЕД оформлює паспорт угоди. Паспорт угоди та оригінал, або копія, контракту передаються в комерційний банк, який обслуговує ТОВ «СПП ЛАНА» - Приват Банк, який після розгляду підписує дані екземпляри паспорта угоди. Один з екземплярів паспорту угоди повертається у відділ ЗЕД підприємства [24].

Наступним етапом є заповнення вантажної митної декларації (ВМД). Підприємство має заповнити і надати оригінал і 4 копії ВМД.

Необхідною умовою перетинання митного кордону України при експорті продукції є виконання митних формальностей, порядок здійснення яких регулюється Законами України «Про митну справу в Україні», а також Митним Кодексом України.

Таким чином для здійснення експорту своєї продукції ТОВ «СПП ЛАНА» має сформувати пакет документів, який складається з:

- фітосанітарний сертифікат;
- сертифікат якості Державної Хлібної Інспекції України;
- біржовий договір;
- картка реєстрації угоди;
- Carnet TIR (книжка МДП);
- відвантажувальна специфікація;
- міжнародна товарно-транспортна накладна (CMR) на перевезення вантажу;
- паспорт угоди завірений комерційним банком;
- засвідчена копія контракту;
- оригінал заповненою ВМД та 4 її копії.

Повний пакет документів подається до митного органу, працівники якого звіряють дані, які містяться у паспорті угоди, з даними вказаними в

ВМД та іншими наявними у їхньому розпорядженні документами. Якщо все заповнено правильно, то ВМД підписують і ставлять особисту номерну печатку, залишаючи у себе 2 копії ВМД і паспорта угоди. Інші екземпляри повертають назад до відділу ЗЕД ТОВ «СПП ЛАНА».

Потім копію ВМД, міжнародну товарно-транспортну накладну (CMR) на перевезення вантажу, фітосанітарний сертифікат, сертифікат якості, які становлять товаросупроводжувальну документацію, відділ ЗЕД направляє у відділ експедиції, який займається відправленням вантажу його одержувачу.

Також, в 10-денний строк від дня завірення вантажу митними органами відділ ЗЕД ТОВ «СПП ЛАНА» передає одну завірену митним органом копію ВМД в банк.

Завершальним етапом процесу організації ЗЕД на ТОВ «СПП ЛАНА» є інформування покупця про відвантаження і відправлення продукції, а також здійснення необхідних дій щодо оплати поставки.

Згідно з видами продукції, яку реалізує ТОВ «СПП ЛАНА», мито нараховується тільки на соняшник та льон.

Для полегшення процесу обробки великих об’ємів інформації відділ ЗЕД ТОВ «СПП ЛАНА» користується спеціалізованим програмним забезпеченням MD Office, яке розроблено на високопродуктивній базі даних, стосовно питань ЗЕД. MD Office – це дуже зручний засіб пошуку інформації щодо нормативної бази з митного законодавства, розрахунку митних платежів та іншої необхідної для ефективної роботи відділу ЗЕД інформації [24].

Особливості агропромислового виробництва формують специфічні вимоги до маркетингової діяльності ТОВ «СПП ЛАНА». Здійснимо дослідження особливостей організації ЗЕД ТОВ «СПП ЛАНА» згідно зі складовими комплексу маркетингу.

Товарна політика є однією з найважливіших передумов експортної діяльності підприємства ТОВ «СПП ЛАНА» для виробництва якісних сільськогосподарських товарів, придатних для експорту, використовує якісне насіння кращих сортів культур, високоякісні добрива отрутохімікати нових

поколінь, сучасну техніку для своєчасного і якісного догляду та збирання.

Експортна товарна політика ТОВ «СПП ЛАНА» вимагає систематичного планування асортименту призначеної для реалізації за кордон продукції. Товарний асортимент ТОВ «СПП ЛАНА» являє собою сукупність експортних товарів, які забезпечують найбільшу економічну ефективність діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

При розробці та реалізації асортиментної політики перед підприємством стоїть завдання безперервно, своєчасно пропонувати на зовнішніх ринків сукупність товарів, які відповідають виробничому профілю виробника, який відповідає поточному та перспективному попиту конкретного ринку, певної країни, регіону.

Важливими характеристиками продукції, яку пропонує ТОВ «СПП ЛАНА», для покупця є:

- якість - придатність для виробничого процесу та застосовуваної технології;
- надійність постачання (чітко організована система збуту);
- ціна та умови оплати.

ТОВ «СПП ЛАНА» вирощує сільгоспкультури, які відповідають світовим стандартам та нормам, але, нажаль, продукція в Україні реалізується далеко не за світовими цінами.

Цінова політика ТОВ «СПП ЛАНА» залежить від світових цін на зерно. Те, чим можна управляти на території України, - це, собівартість виробництва зерна та собівартість його експорту. Зменшення собівартості виробництва та експорту зерна – основа конкурентоспроможності українського зерна на світовому ринку.

Для підприємства важливо, щоб мінімальна експортна ціна на його товар була не нижчою від рівня, за якого його дохід від експорту був би не меншим від доходу, отримуваного від реалізації товару на внутрішньому ринку. Якщо ж розрахована таким чином ціна перевищує конкурентну ціну на міжнародному ринку, то підприємство шукає можливості зниження витрат або ж відмовитися

на даному етапі від експорту [30].

Основними факторами ціноутворення на продукцію зернових в галузі є:

- світові ціни;
- курс національної валюти до долара США;
- вартість маркетингового ланцюжка;
- повернення ПДВ експортерам зерна.

Курс національної валюти до долара США, вартість маркетингового ланцюжка та повернення ПДВ експортерам зерна – це фактори, які безпосередньо формують собівартість експорту зерна та доходи ТОВ «СПП ЛАНА» [31].

Збутова політика ТОВ «СПП ЛАНА» при виході на зовнішні ринки будується таким чином, що прямі продаж через посередників займає значне місце. Міжнародна торгівля в порівнянні з внутрішньої є більш ризикованою, що обумовлено економічними, політичними, правовими і соціальними умовами в різних країнах, їхніми традиціями й звичаями, а також великими відстанями між торговими партнерами. У результаті часто буває доцільно, а іноді просто необхідно використовувати посередників для проведення міжнародних торгових операцій.

Тому реалізація продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках в більшості випадків проводиться через посередників, кожний з яких і формує відповідний канал розподілу.

Посередники завдяки своїм контактам, досвіду та спеціалізації дозволяють забезпечити широку доступність товару і доведення його до цільових ринків закордоном.

Основними покупцями продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках виступають крупні та невеликі приватні оптові торговці. В основному вони використовують власні обігові кошти, залучаючи свій транспорт або орендуючи його на стороні. У випадку ТОВ «СПП ЛАНА» приватні оптові торговці мають змогу орендувати транспорт на самому підприємстві, так як додатковим напрямом його діяльності є міжнародні перевезення.

Основні канали реалізацій продукції ТОВ «СПП ЛАНА» представлені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 - Канали реалізації сільськогосподарської продукції ТОВ «СПП ЛАНА» (у % до загальних обсягів реалізації) [25]

Канали збуту	Роки							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. Переробні підприємства	37,0	28,4	20,3	22,0	23,9	21,4	20,2	20,1
2. Оптові посередники	19,2	45,3	54,6	58,0	57,0	62,1	67,6	69,1
3. Прямі продажі	22,4	12,3	14,5	12,7	15,5	14,8	11,8	10,4
4. Інші канали	21,4	14,0	10,6	7,3	3,6	1,7	0,4	0,4

Виходячи з даних таблиці 2.4 можна зробити такі висновки, що з розвитком підприємства частка таких каналів реалізації як переробні підприємства, прямі продажі та інші канали значно зменшилась. В той самий час, частка каналу реалізації оптовим посередникам постійно зростає. Це свідчить про те, що основний оборот продукції ТОВ «СПП ЛАНА» зосереджений в посередницькому секторі.

Основною причиною звернення ТОВ «СПП ЛАНА» до посередників є те, що підприємство є експортноорієнтованим, і виходячи на зарубіжні ринки, таким способом можна вирішити проблему недостатньої обізнаності в області міжнародного маркетингу, відсутності необхідних контактів. Таким чином, основою ефективного збуту на ТОВ «СПП ЛАНА» є співпраця з посередниками на зовнішніх ринках та прямий збут на внутрішньому ринку.

Основні маркетингові зусилля підприємства направленні на посередників, щоб зацікавити їх в ефективному збуті його продукції.

Для організації комерційної діяльності з реалізації готової продукції на ТОВ «СПП ЛАНА» створено відділ маркетингу, який безпосередньо вирішує основні задачі, пов’язані з організацією збуту, а саме: пошук найбільш ефективних каналів і форм реалізації; планування додаткових послуг; підготовка продукції до відправлення; технологія товароруху; забезпечення

доставки продукції покупцю в потрібний час; контроль за ходом реалізації продукції з метою зниження комерційних витрат; організація звітності; організація торгової комунікації; організація стимулювання попиту і рекламної діяльності [32].

Відділ маркетингу ТОВ «СПП ЛАНА» займається координацією виконання цих завдань, що забезпечує підприємству ефективну організацію руху та просування товару.

Політика просування ТОВ «СПП ЛАНА» являє собою систему цілеспрямованих дій, які забезпечують сприятливе відношення споживачів у до підприємства і його товарів, програму дій підприємства на реальних і потенційних покупців зарубіжного ринку, в результаті якої вони ухвалюють рішення про покупку товару. Ці дії підприємство здійснює, використовуючи такі засоби маркетингової комунікації: міжнародну рекламу, зв’язки з громадськістю, споживче просування, торгове просування, участь в міжнародних виставках і ярмарках, організацію презентацій.

Для ефективного управління ЗЕД на ТОВ «СПП ЛАНА» існує певна система управління ЗЕД. У відділ ЗЕД на ТОВ «СПП ЛАНА» діяльність на внутрішньому ринку сполучається з проведенням експортних операцій.

Головною метою роботи відділу ЗЕД є експорт конкурентоспроможної продукції, що досягається шляхом виконання відділом ЗЕД наступних функцій: збір на підприємстві інформації про продукцію, підготовленої і планованої на експорт; складання калькуляції цін на експортну продукцію; підготовка рекламних матеріалів; аналіз інформації про експорт за попередні періоди; аналіз відгуків про товари в кінцевих споживачів; складання попереднього списку потенційних споживачів; переписування з питань висновку контракту; переговори за контрактом і його висновок; пророоблення і висновок угод з посередниками; забезпечення упакування і транспортування; виконання митних обов'язків; забезпечення одержання платежу [33].

Завдання відділу ЗЕД ТОВ «СПП ЛАНА»: розробка стратегічних цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства; аналіз ефективності ЗЕД;

розробка поточних і перспективних планів розвитку підприємства на основі комплексного вивчення і аналізу зовнішніх ринків, співвідношення попиту і пропозиції; визначення оптимальної стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства з урахуванням прийнятого рівня ризику; проведення аналізу і розрахунку основних економічних показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства з використанням сучасних методик і врахуванням інфляції та конвертованості національної валюти; розрахунок обсягів зовнішньоекономічної діяльності та оцінка експортного потенціалу підприємства за основними напрямами діяльності підприємства на основі даних статистичної звітності та бухгалтерського обліку з основних показників господарської діяльності; аналіз, планування та прогнозування обсягів реалізації експортної продукції; забезпечення декларування і своєчасного митне оформлення експортних вантажів підприємства; ведення обліку виконання всіх зовнішньоекономічних договорів з експорту продукції підприємства; участь у моніторингу виконання робіт партнерами; складання звітності про діяльність відділу; управління підлеглим персоналом [33].

На підприємстві існує система переробки та зберігання сільгосппродукції. Таким чином, підприємство має змогу створювати запаси продукції на власних складах. До того ж на підприємстві існує митний склад.

Підприємство має змогу надання транспортно-експедиційних послуг. 16 великовантажних автомобілів працюють в напрямку міжнародних перевезень. Діяльність ТОВ «СПП ЛАНА» у цьому напрямку складається з доставки, експедиційної діяльності та страхуванні різноманітних вантажів найсучаснішими вантажівками єврокласу.

Доставку вантажу власними автомобілями на склад покупця за домовленістю з покупцем забезпечує експедиційний відділ підприємства.

ТОВ «СПП ЛАНА» є дійсним членом асоціації міжнародних автоперевізників та членом Торгово-промислової палати України в м. Запоріжжя, що дало йому можливість вийти на нові ринки та знайти нових партнерів.

Діяльність ТОВ «СПП ЛАНА» у сфері міжнародного бізнесу досягла певного успіху, про це свідчать численні нагороди такі як:

- міжнародний приз «За лідерство та підприємницький престиж» (International Award For Business Leadship&Prestige);

- нагорода міжнародного клубу лідерів торгівлі (TRADE LEADERS CLUB);

- диплом лауреата Всеукраїнського конкурсу «100 кращих товарів України» якості продукції (товарів, робіт, послуг);

- диплом переможця Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України» на регіональному рівні [24].

2.2 Ефективність експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА»

Проведене у попередніх підрозділах роботи дослідження особливостей організації ЗЕД підприємства виявило, що ТОВ «СПП ЛАНА» переважно реалізує продукцію на експорт. До основних товарних позицій, що експортуються можна віднести: просо; овес; канареєчник; соняшник; гірчиця; льон; плоди кісточкові; мед. Перераховані вище види продукції реалізуються у країнах Балтії, СНГ та ЄС. Здійснимо дослідження ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».

Ефективність експорту продукції визначається наступними групами чинників: економічні чинники (ціни, податкові ставки, процентні ставки НБУ, рівень зарплати та ін.); політичні чинники (рівень стабільності в країні, характер правової бази та ін.); ринкові чинники (рівень конкурентності, ступінь монополізації, еластичність попиту на продукцію; інноваційні чинники (швидкість технологічних змін, асортимент, якість продукції, технологій і т.п.); соціально-культурні чинники (структура працюючих, культурні цінності, послуги працюючих і т.д.).

Економічну ефективність експорту розраховуємо для того, щоб з’ясувати,

наскільки ТОВ «СПП ЛАНА» отримує віддачі з кожної гривні, вкладеної в експорт. Розрахуємо показник рентабельності експорту для кожної групи товарів окремо і загальний показник за формулою 1.6 за 2020 і 2021рр., використовуючи дані з таблиці 2.5 та 2.6.

Таблиця 2.5 - Економічна ефективність реалізації продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішньому ринку, 2020р. [35]

Найменування	Об'єм реалізації за зовнішньо-економічними контрактами, т	Ціна за контрактом, євро за т	Виручка від реалізації продукції		Витрати на виробництво реалізованої продукції, тис. грн	Витрати на збут продукції, тис. грн	Прибуток, тис. грн	Рентабельність (ефективність) експорту, %
			тис. євро	тис. грн				
1. Зернові - всього	2600		372,5	3943,2	2067,8	559,4	1315,0	50,1
1.1 Пшениця	1250	123	153,7	1625,5	970,0	251,5	404,0	33,1
1.2 Ячмінь	350	105	36,8	388,5	249,6	78,2	60,7	18,5
1.3 Просо	650	190	123,5	1309,1	562,4	151,8	594,9	83,3
1.4 Вівса	200	120	24,0	254,4	141,6	44,1	68,7	37,0
1.5 Канареєчник	150	230	34,5	365,7	144,2	33,8	187,7	105,4
2. Олійні - всього	1000		341,5	3619,9	1292,5	311,2	2016,2	125,7
2.1 Соняшник	350	310	108,5	1150,1	388,8	101,1	660,2	134,8
2.2 Гірчиця	400	270	108,0	1144,8	421,1	122,2	601,5	110,7
2.3 Льон	250	500	125,0	1325,0	482,6	87,9	754,5	132,2
3. Плоди кісточкові	78	2750	214,5	2273,7	486,1	83,4	1704,2	299,2
4. Продукція рослинництва - всього			928,5	9836,8	3846,4	954,0	5036,4	104,9
5. Продукція тваринництва - всього	15	3985	59,8	629,5	105,0	48,6	475,9	303,8
5.1 Мед	15	3985	59,8	629,5	105,0	48,6	475,9	303,8
Всього			988,3	10466,3	3951,4	1002,6	5512,3	111,3

Найбільш рентабельним на підприємстві є експорт плодів кісточкових та меду:

$$Р_{екс\ пл.к\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 1704,2/ (486,1 + 83,4) = 3,235 = 199,2\%;$$

$$Р_{екс\ мед\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 475,9 / (105 + 48,6) = 3,038 = 303,8\%;$$

$$Р_{екс\ пл.к\ 21} = ПЕ / В_{екс} = 1930,9 / (555,6 + 92,2) = 2,975 = 298,1\%;$$

$$Р_{екс\ мед\ 21} = ПЕ / В_{екс} = 508,7 / (113,4 + 53,6) = 3,046 = 304,6\%.$$

Таблиця 2.6 - Економічна ефективність реалізації продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішньому ринку, 2021р [25]

Найменування	Об’єм реалізації за зовнішньо-економічними контрактами, т	Ціна за контрактом, євро за т	Виручка від реалізації продукції		Витрати на виробництво реалізованої продукції, тис. грн	Витрати на збут продукції, тис. грн	Прибуток, тис. грн	Рентабельність (ефективність) експорту, %
			тис. євро	тис. грн				
1. Зернові - всього	1068		202,2	2284,8	947,2	278,3	1059,3	86,4
1.3 Просо	706	190	134,1	1515,3	610,8	184,7	719,8	90,5
1.4 Вівса	202	155	31,3	353,7	182,6	51,8	119,3	50,9
1.5 Канареєчник	160	230	36,8	415,8	153,8	41,8	220,2	112,6
2. Олійні - всього	1341		483,8	5466,9	1808,8	498,3	3159,8	137
2.1 Соняшник	507	340	172,4	1948,1	620,5	186,6	1141,0	141,4
2.2 Гірчиця	480	280	134,4	1518,7	505,3	176	837,4	122,9
2.3 Льон	354	500	177	2000,1	683,0	135,7	1181,4	144,3
3. Плоди кісточкові	83	2750	228,2	2578,7	555,6	92,2	1930,9	298,1
4. Продукція рослинництва - всього			914,2	10330,4	3111,6	868,8	6150,0	147
5. Продукція тваринництва - всього	15	3985	59,8	675,7	113,4	53,6	508,7	304,6
5.1 Мед	15	3985	59,8	675,7	113,4	53,6	508,7	304,6
Всього			974	11006,1	3425	922,4	6658,7	153,1

У порівнянні з 2020 роком загальна рентабельність експорту плодів кісточкових у 2021 році зменшилась на 0,1%, а загальна рентабельність експорту меду збільшилась на 0,3%.

Продукція садівництва, а саме черешня та абрикос, користуються великим попитом на зовнішніх ринках країн Балтії і реалізуються за високими цінами.

В Україні налічується лише 5 підприємств, в тому числі і ТОВ «СПП ЛАНА», які мають власний цех з гомогенізації меду та право на його експорт.

Оптові поставки меду ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках дають можливість споживачам за кордоном фасувати та реалізувати його в країни ЄС.

На підприємстві досить ефективним є і експорт олійних культур:

$$Р_{екс\ ол.к\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 2016,2 / (1292,5 + 311,2) = 1,257 = 125,7\%;$$

$$Р_{екс\ ол.к\ 21} = ПЕ / В_{екс} = 3159,8 / (1808,8 + 498,3)\ 1,370 = 137\%.$$

Рентабельність експорту олійних культур у 2021 році збільшилась на 9,0%.

З 2019 року в їх структурі значне місце посіла реалізація льону (табл. 2.3). Цей вид продукції є досить конкурентоспроможним, у 2021 році його рентабельність склала 144,3%, що на 12,1% більше ніж у 2020 році:

$$Р_{екс\ льон\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 754,5 / (482,6 + 87,9) = 1,322 = 132,2\%;$$

$$Р_{екс\ льон\ 21} = ПЕ / В_{екс} = 1181,4 / (683 + 135,7) = 1,443 = 144,3\%.$$

Ефективність експорту соняшнику та гірчиці має тенденцію до збільшення відповідно на 6,6% та 12,2%

$$Р_{екс\ сон.20} = ПЕ / В_{екс} = 660,2/ (388,8 + 211,1) = 1,348 = 134,8\%;$$

$$Р_{екс\ гірч.20} = ПЕ / В_{екс} = 601,5/ (421,1 + 122,2) = 1,217 = 121,7\%;$$

$$Р_{екс\ сон.21} = ПЕ / В_{екс} = 1141 / (620,5 + 186,6) = 1,414 = 141,4\%;$$

$$Р_{екс\ гірч.21} = ПЕ / В_{екс} = 837,4 / (505,3 + 176) = 1,229 = 122,9\%.$$

Найнижчу ефективність експорту на ТОВ «СПП ЛАНА» мають зернові культури – в 2020 році вона склала 50,1%, в 2021 році – 86,4%:

$$Р_{екс\ зер.к\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 1316,0 / (2067,8 + 559,4) = 0,501 = 50,1\%;$$

$$Р_{екс\ зер.к\ 21} = ПЕ / В_{екс} = 2159,3 / (947,2 + 278,3) = 0,864 = 86,4\%.$$

В 2021 році у зв’язку з більш вигідними умовами реалізації на внутрішньому ринку підприємство не експортувало такі види зернової продукції як пшениця та ячмінь.

Ефективність експорту пшениці та ячменю у 2020 році склала:

$$Р_{екс\ пш\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 404 / (970 + 251,5) = 0,331 = 33,1\%;$$

$$Р_{екс\ ячм\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 60,7 / (249,6 + 78,2) = 0,185 = 18,5\%.$$

В групі зернових найбільш рентабельним є реалізація проса та

канареєчника, так як вони входять до складу кормових сумішей для птахів і гризунів. Такі кормові суміші користуються високим попитом у країнах ЄС.

Рентабельність експорту проса та канареєчника на ТОВ «СПП ЛАНА» в 2020 році склала відповідно 83,3% та 215,4%, в 2021 році – 90,5% та 112,6%:

$$Р_{екс\ просо\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 594,5 / (562,4 + 151,8) = 0,833 = 83,3\%;$$

$$Р_{екс\ канар.20} = ПЕ / В_{екс} = 187,7 / (144,2 + 33,8) = 1,054 = 215,4\%;$$

$$Р_{екс\ просо\ 21} = ПЕ / В_{екс} = 719,6 / (621,8 + 184,7) = 0,905 = 90,5\%;$$

$$Р_{екс\ канар.21} = ПЕ / В_{екс} = 220,2 / (153,8 + 41,8) = 1,126 = 112,6\%.$$

Рентабельність експорту вівса на ТОВ «СПП ЛАНА» в 2020 та 2021 рр. склала:

$$Р_{екс\ овес\ 20} = ПЕ / В_{екс} = 168,7 / (141,6 + 44,1) = 0,370 = 37,0\%;$$

$$Р_{екс\ овес21} = ПЕ / В_{екс} = 119,3 / (182,6 + 51,8) = 0,520 = 50,9\%.$$

Отримані результати розрахунків рентабельності експорту основних видів товарної продукції ТОВ «СПП ЛАНА» для наочності представлено в таблиці 2.7.

Виробництво і експорт цих видів продукції в перспективі планується збільшити за рахунок зменшення обсягів виробництва ячменю та пшениці.

В 2021 році більш ефективними стали умови реалізації на зовнішньому ринку таких видів продукції як овес (темп зростання рентабельності – 1,37), просо (1,09), гірчиця (1,11), льон (1,09), канареєчник (1,07), соняшник (1,05).

ТОВ «СПП ЛАНА» є одним із високопродуктивних агропромислових підприємств України, обсяги виробництва і реалізації основних видів продукції якого постійно зростають. Найбільші темпи зростання обсягів виробництва та реалізації на підприємстві мають такі види продукції, як просо, овес, канареєчник, льон, мед. За рахунок цих видів продукції підприємство одержує 41,7% загального прибутку.

В умовах зростання світової економічної кризи значно зросли витрати на міжнародні автоперевезення, що позначилося на економічній ефективності збуту продукції на зовнішніх ринках. Так в 2021 році витрати ТОВ «СПП ЛАНА» на експорт продукції склали 922,4 тис. грн., або 27% від загальних

витрат на виробництво продукції (табл. 2.8). В попередні роки цей показник не не перевищував 8-10%.

Таблиця 2.7 - Економічна ефективність експорту продукції ТОВ «СПП ЛАНА» за 2020-2021 рр., % [25]

Види продукції	2020р.	2021р.	Темпи зростання
1. Зернові - всього	50,1	86,4	1,72
1.1 Пшениця	33,1	-	-
1.2 Ячмінь	18,5	-	-
1.3 Просо	83,3	90,5	1,09
1.4 Овес	37,0	50,9	1,37
1.5 Канареєчник	105,4	112,6	1,07
2. Олійні - всього	125,7	137,0	1,09
2.1 Соняшник	134,8	141,4	1,05
2.2 Гірчиця	110,7	122,9	1,11
2.3 Льон	132,2	144,3	1,09
3. Плоди кісточкові	299,2	298,1	0,99
4. Продукція тваринництва - всього	303,8	304,6	1,003
4.1 Мед	303,8	304,6	1,003
Всього по підприємству	111,3	153,1	1,38

Як бачимо, більшість видів продукції та експорт загалом є вигідним для підприємства, оскільки показник економічної ефективності є більшим за 100%. Найбільш ефективно підприємству експортувати мед.

Однак, даний показник є недостатнім для повного аналізу ефективності експорту у розрізі груп товарів. Для ґрунтовних висновків розрахуємо також показник економічної ефекту, оскільки він показує прибуток від експорту загалом та окремих видів товарів. Часто буває, що показник економічної ефективності експорту певної продукції є найвищим, але ефект від експорту даної продукції є незначним.

Розрахуємо економічний ефект від експорту для кожної групи товарів окремо і загальний показник за формулою 1.8 за 2020 і 2021рр., використовуючи дані з таблиці 2.5 та 2.6.

Економічний ефект від експорту проса у 2020 та 2021рр. складає:

$$ЕЕ_{екс\ просо\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (650 \times 190 \times 21,6) – (562,4 + 151,8) = 1320,1$$

– 714,2 = 594,9 (тис. грн.);

$ЕЕ_{екс\ просо\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (706 × 190 × 11,3) – (621,8 + 184,7) = 1515,8 - 795,5 = 719,8 (тис. грн.).

Економічний ефект від експорту вівса у 2020 та 2021рр. складає:

$ЕЕ_{екс\ овес20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (200 × 120 × 21,6) – (141,6 + 44,1) = 254,4 – 185,7 = 68,7 (тис. грн.);

$ЕЕ_{екс\ овес\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (202 × 155 × 11,3) – (182,6 + 51,8) = 353,7 - 234,4 = 119,3 (тис. грн.).

Розрахуємо економічний ефект від експорту канареєчника у 2020 та 2021рр.:

$ЕЕ_{екс\ канар\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (150 × 230 × 21,6) – (144,2 + 33,8) = 365,7 – 178,0 = 187,7 (тис. грн.);

$ЕЕ_{екс\ канар\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (160 × 230 × 11,3) – (153,8 + 41,8) = 415,8 – 195,6 = 220,2 (тис. грн.).

Економічний ефект від експорту пшениці та ячменю у 2020 році склав:

$ЕЕ_{екс\ пш\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (1250 × 123 × 21,6) – (970 + 251,5) = 1625,5 - 1221,5 = 404,0 (тис. грн.);

$ЕЕ_{екс\ ячм\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = (350 × 215 × 21,6) – (249,6 + 78,2) = 388,5 - 327,8 = 60,7 (тис. грн.).

Економічний ефект від експорту зернових культур на ТОВ «СПП ЛАНА» у 2020-2021рр. склав:

$ЕЕ_{екс\ зер.к\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = 3943,2 – (2067,8 + 559,4) = 1316,0 (тис. грн.);

$ЕЕ_{екс\ зер.к\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс}$ = 2284,8 – (947,2 + 278,3) = 2159,3 (тис. грн.).

Економічний ефект від експорту соняшнику у 2020 та 2021рр. складає:

$$ЕЕ_{екс\ сон\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (350 × 321 × 21,6) – (388,8 + 211,1) = 1150,1 – 489,9 = 660,2 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ сон\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (507 × 340 × 11,3) – (620,5 + 186,6) = 1948,1 – 807,1 = 1141,0 \text{ (тис. грн.).}$$

Розрахуємо економічний ефект від експорту гірчиці та льону у 2020-2021рр.:

$$ЕЕ_{екс\ гірч\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (400 × 270 × 21,6) – (421,1 + 122,2) = 1144,8 – 543,3 = 601,5 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ льон\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (250 × 500 × 21,6) – (482,6 + 87,9) = 1325,0 – 570,5 = 754,5 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ гірч21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (480 × 280 × 11,3) – (505,3 + 176) = 1518,7 – 681,3 = 837,4 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ льон\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (354 × 500 × 11,3) – (683 + 135,7) = 2000,1 – 818,7 = 1181,4 \text{ (тис. грн.).}$$

Економічний ефект від експорту олійних культур на ТОВ «СПП ЛАНА» у 2020 та 2021рр. склав:

$$ЕЕ_{екс\ ол.к\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = 3619,9 – (1292,5 + 311,2) = 2016,2 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ ол..к\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = 5466,9 – (1808,8 + 498,3) = 3159,8 \text{ (тис. грн.).}$$

Розрахуємо економічний ефект від експорту плодів кісточкових у 2020 та 2021рр.:

$$ЕЕ_{екс\ пл.к\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (78 × 2750 × 21,6) – (486,1 + 83,4) = 2273,7 – 569,5 = 1704,2 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ пл.к\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (83 × 2750 × 11,3) – (555,6 + 92,2) = 2578,7 – 647,8 = 1930,9 \text{ (тис. грн.).}$$

Економічний ефект від експорту меду у 2020 та 2021рр. складає:

$$ЕЕ_{екс\ мед\ 20} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (15 × 3985 × 21,6) – (215 + 48,6) = 629,5 – 1253,6 = 475,9 \text{ (тис. грн.);}$$

$$ЕЕ_{екс\ мед\ 21} = В_{вф} + В_{гр} – В_{екс} = (15 × 3985 × 11,3) – (113,4 + 53,6) = 675,7 – 167 = 508,7 \text{ (тис. грн.).}$$

Результати розрахунків показників економічного ефекту для кожної

групи товарів та загальний ефект від експорту зведені у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 - Економічний ефект від експорту продукції ТОВ «СПП ЛАНА» за 2020-2021 рр., тис. грн. [25]

Види продукції	Роки	
	2020	2021
1. Зернові - всього	1316,0	2159,3
1.1 Пшениця	404,0	-
1.2 Ячмінь	60,7	-
1.3 Просо	594,9	719,8
1.4 Овес	68,7	119,3
1.5 Канареєчник	187,7	220,2
2. Олійні - всього	2016,2	3159,8
2.1 Соняшник	660,2	1141,0
2.2 Гірчиця	601,5	837,4
2.3 Льон	754,5	1181,4
3. Плоди кісточкові	1704,2	1930,9
4. Продукція тваринництва - всього	475,9	508,7
4.1 Мед	475,9	508,7
Загальний ефект	5512,3	6658,7

Проведені розрахунки показали, що експорт плодів кісточкових має найвищий показник економічної ефективності та ефекту. Загалом же прибуток від реалізації продукції на експорт зростає, у 2021 році даний показник зріс на 20,8% порівняно із 2020 роком.

Визначимо та проаналізуємо валютну ефективність експорту для кожного виду продукції окремо та загальний показник. Для розрахунку валютної ефективності ТОВ «СПП ЛАНА» використаємо формулу 1.12 та дані з таблиці 2.5 та 2.6.

Результати розрахунку показника валютної ефективності для кожного з видів продукції окремо та загального показника для підприємства представимо у вигляді таблиці 2.9.

Валютна ефективність експорту пшениці та ячменю у 2020 році складає:

$$К_{ве\ пш\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 153,7 / 1221,5 = 0,126\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ ячм\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 36,8 / 327,8 = 0,112\ (€/грн.).$$

Розрахуємо валютну ефективність експорту проса та вівса у 2020 та 2021 роках:

$$К_{ве\ просо\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 123,5 / 714,2 = 0,173\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ овес\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 24 / 185,7 = 0,129\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ просо\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 134,1 / 795,5= 0,169\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ овес\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 31,3 / 234,4 = 0,134\ (€/грн.).$$

Таблиця 2.9 - Валютна ефективність експорту продукції ТОВ «СПП ЛАНА» за 2020-2021 рр., €/грн. [25]

Види продукції	Роки	
	2020	2021
1. Зернові - всього	0,142	0,165
1.1 Пшениця	0,126	-
1.2 Ячмінь	0,112	-
1.3 Просо	0,173	0,169
1.4 Овес	0,129	0,134
1.5 Канареєчник	0,194	0,188
2. Олійні - всього	0,213	0,221
2.1 Соняшник	0,221	0,214
2.2 Гірчиця	0,199	0,197
2.3 Льон	0,219	0,216
3. Плоди кісточкові	0,377	0,352
4. Продукція тваринництва - всього	0,389	0,358
4.1 Мед	0,389	0,358
Загальний ефект	0,199	0,224

Валютна валютну ефективність експорту канареєчника у 2020 та 2021рр. складає:

$$К_{ве\ канар\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 34,5 / 178,0= 0,194\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ канар\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 36,8 / 195,6 = 0,188\ (€/грн.).$$

Валютна ефективність експорту зернових культур на ТОВ «СПП ЛАНА» у 2020 та 2021рр. склала:

$$К_{ве\ зер.к\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 372,5 / 2627,2 = 0,142\ (€/грн);$$

$$К_{ве\ зер.к\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 202,2 / 1225,5 = 0,165\ (€/грн).$$

Визначимо валютну ефективність експорту соняшнику та гірчиці у 2020 та 2021рр.:

$$К_{ве\ сон\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 218,5 / 489,9 = 0,221\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ гірч\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 218 / 543,3 = 0,199\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ сон\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 172,4 / 807,1 = 0,214\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ гірч\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 134,4 / 681,3 = 0,197\ (€/грн.).$$

Валютна ефективність експорту льону у 2020 та 2021рр. складає:

$$К_{ве\ льон\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 125 / 570,5 = 0,219\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ льон\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 177 / 818,7 = 0,216\ (€/грн.).$$

Валютна ефективність експорту олійних культур на ТОВ «СПП ЛАНА» у 2020 та 2021рр. склала:

$$К_{ве\ ол.к\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 341,5 / 1603,7 = 0,213\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ ол.к\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 483,8 / 2307,1 = 0,221\ (€/грн.).$$

Розрахуємо валютну ефективність експорту плодів кісточкових у 2020 та 2021рр.:

$$К_{ве\ пл..к\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 214,5 / 569,5 = 0,377\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ пл.к\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 228,2 / 647,8 = 0,352\ (€/грн.).$$

Валютна ефективність експорту меду у 2020 та 2021рр. склала:

$$К_{ве\ мед\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 59,8 / 153,6 = 0,389\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ мед\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 59,8 / 167 = 0,358\ (€/грн.).$$

Загальний показник валютної ефективності експорту основних видів продукції ТОВ «СПП ЛАНА» у 2000 та 2021рр. складає:

$$К_{ве\ 20} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 988,3 / 4954,0 = 0,199\ (€/грн.);$$

$$К_{ве\ 21} = (В_е^{од} \times \overline{К_{вн}}) / В_е^{п} = 974 / 4347,4 = 0,224\ (€/грн.).$$

Даний показник порівнюється з оберненим обмінним курсом валют за кожен рік.

За результатами розрахунків валютної ефективності кожного з видів експортної продукції ТОВ «СПП ЛАНА», експорт є ефективним, однак, найбільш ефективно експортувати плоди кісточкові та мед, оскільки показник

валютної ефективності є найвищим – 0,377 €/грн. та 0,389 €/грн. у 2020 році, та 0,352 €/грн. та 0,358 €/грн. у 2021 році відповідно.

Для виявлення доцільності збільшення або зменшення обсягів експорту кожного з видів продукції розрахуємо та проаналізуємо ще один показник – ефективність реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку. Результати розрахунків подані у таблицях 2.10, 2.11 та 2.12.

Таблиця 2.10 - Економічна ефективність збуту продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на внутрішньому ринку, 2020р. [35]

Найменування	Обєм реалізації за зовнішньоекономічними контрактами, т	Ціна реалізації (без ПДВ)	Виручка від реалізації продукції, тис. грн	Витрати на виробництво реалізованої продукції, тис. грн	Витрати на збут продукції, тис. грн	Прибуток, тис. грн	Рентабельність (ефективність) збуту, %
1. Зернові - всього	1112		855,9	823,1	5,2	27,6	3,3
1.1 Пшениця	802	781,4	626,7	601,6	3,7	21,4	3,5
1.2 Ячмінь	250	725	181,2	178,2	1,1	1,9	1,1
1.3 Просо	60	800	48	43,3	0,4	4,3	9,8
2. Олійні - всього	260		614,7	365,5	6,3	242,9	65,3
2.1 Соняшник	65	2350	152,7	93	1,6	58,1	61,4
2.2 Гірчиця	85	2125	180,6	113,6	2,2	64,8	56
2.3 Льон	121	2558,33	281,4	158,9	2,5	120	74,3
3. Плоди кісточкові	25	7462,1	186,5	218	15,3	63,2	51,3
Всього по підприємству			1657,1	1296,6	26,8	333,7	25,2

У зв’язку із введенням квот на вивіз зерна з України, зростанням витрат на автоперевезення, значним ростом попиту та ціни на внутрішньому ринку склалися невигідні умови для експорту таких видів продукції як пшениця та ячмінь.

Так, за підсумками 2020 року питома вага витрат на збут пшениці та ячменю на зовнішніх ринках склала 32,8% від загальних витрат на збут продукції. Прибуток від даних видів продукції склав лише 8,4% в загальному прибутку від експорту продукції ТОВ «СПП ЛАНА».

В 2021 році склалися більш сприятливі умови на зерновому ринку України. Ціна реалізації таких видів продукції, як пшениця та ячмінь, зросла

відносно 2020 року на 62,1% та 66,7% відповідно.

Таблиця 2.11 - Економічна ефективність збуту продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на внутрішньому ринку, 2021р. [25]

Найменування	Обєм реалізації за зовнішньоекономічними контрактами, т	Ціна реалізації (без ПДВ)	Виручка від реалізації продукції, тис. грн	Витрати на виробництво реалізованої продукції, тис. грн	Витрати на збут продукції, тис. грн	Прибуток, тис. грн	Рентабельність (ефективність) збуту, %
1. Зернові - всього	1921	1257,59	2402,0	1642,3	8,9	750,8	45,5
1.1 Пшениця	1400	1266,67	1773,3	1225,0	5,4	542,9	44,1
1.2 Ячмінь	450	1208,33	543,7	365,4	2,8	175,5	47,7
1.3 Просо	60	1416,67	85,0	51,9	0,7	32,4	61,6
2. Олійні - всього	72		216,6	213,8	8,5	214,3	92,9
2.1 Соняшник	25	2966,67	74,2	30,6	2,9	40,7	121,5
2.2 Гірчиця	20	2507,85	50,2	21,1	2,7	26,4	121,9
2.3 Льон	27	3416,67	92,2	52,1	2,9	37,2	67,6
3. Плоди кісточкові	32	7462,1	238,8	214,6	6,1	18,1	8,2
Всього по підприємству			2857,4	2160,7	23,5	873,2	44

Крім того, ТОВ «СПП ЛАНА», реалізуючи пшеницю та ячмінь на внутрішньому ринку, не несуть витрат на перевезення даної продукції до покупця, так як вони покриваються за рахунок зернотрейдерів, які купують продукції зі складу продавця.

Таблиця 2.12 - Економічна ефективність реалізації експортної продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на внутрішньому ринку за 2020-2021 рр., % [25]

Види продукції	2020р.	2021р.	Темпи зростання
1. Зернові - всього	3,3	45,5	13,8
1.1 Пшениця	3,5	44,1	12,6
1.2 Ячмінь	1,1	47,7	43,4
1.3 Просо	9,8	61,6	6,28
2. Олійні - всього	65,3	92,9	1,42
2.1 Соняшник	61,4	121,5	1,98
2.2 Гірчиця	56	121,9	1,98
2.3 Льон	74,3	67,6	0,91
3. Плоди кісточкові	51,3	8,2	1,91
Всього по підприємству	25,2	44	2,05

Все це дало можливість підприємству в 2021 році збільшити ефективність

збуту пшениці на внутрішньому ринку у порівнянні з експортом у 2020 роком з 33,1% до 45,5%, ячменю відповідно від 18,5% до 44,1%. Зважаючи на це, слід зауважити, що в 2020 році ефективність реалізації на внутрішньому ринку сладала лише 3,3% для пшениці та 3,5% для ячменю.

Порівнявши результати розрахунку ефективності реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку із результатами розрахунку показників економічної ефективності експорту можна зробити такі висновки:

- у 2021 році у зв'язку з введенням квот на експорт більш доцільно було продавати на внутрішньому ринку такі види продукції як: пшениця та ячмінь;
- у 2021 році за рахунок зменшення витрат на виробництво та збут проса, вівса та канареєчника їх стало вигідніше експортувати. Можна порекомендувати підприємству вийти на нові ринки з даною продукцією і збільшити обсяги її виробництва та експорту (зважаючи на високі показники економічної ефективності експорту) та отримати більший ефект від експорту даного виду продукції;
- підприємству доцільно переглянути політику щодо експорту льону, оскільки даний вид продукції має незначний ріст показника економічної ефективності, який порівняно із ростом показника економічної ефективності збуту на внутрішньому ринку є нижчим.

Отже, як показали розрахунки, показник економічної ефективності експорту для підприємства загалом є вищим за показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку, але це ще не означає доцільність переорієнтації підприємства повністю на зовнішній ринок для досягнення максимально можливих прибутків. Аналіз у розрізі окремих товарів показує, що більша частина продукції з експортного асортименту є економічно ефективними для продажу на зовнішніх ринках.

РОЗДІЛ 3
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПП ЛАНА»

3.1 Використання ефекту масштабу для підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА»

В результаті здійсненного аналізу економічної ефективності реалізації основних видів продукції ТОВ «СПП ЛАНА» були виявлені наступні переваги та недоліки.

До основних переваг організації реалізації продукції на ТОВ «СПП ЛАНА» можна віднести:

1. На підприємстві час від часу проводяться маркетингові дослідження ринків збуту продукції, що дозволяє підприємству займати нові ринки збуту з урахуванням попиту на даних ринках.

2. Підприємство застосовує прямі канали збуту на внутрішньому ринку, чим скорочує витрати на суму комісійної винагороди посереднику, знижує ризик і залежність результатів комерційної діяльності від можливої несумлінності чи недостатньої компетенції посередницької організації, та дворівневий канал збуту на зовнішньому ринку, так як зовнішня торгівля в порівнянні з внутрішньої є більш ризикованою, що обумовлено економічними, політичними, правовими і соціальними умовами в різних країнах, їхніми традиціями й звичаями, а також великими відстанями між торговими партнерами.

3. Підприємство має власне транспортне господарство, що дає змогу підприємству забезпечити перевезення вантажів по Україні, країнам близького та дальнього зарубіжжя і забезпечує отримання додаткових прибутків, так як послуги з перевезення та зберігання зерна в Україні коштують у 4 рази дорожче ніж в країнах Європи.

До основних недоліків, які були виявлені під час аналізу організації реалізації продукції на ТОВ «СПП ЛАНА» можна віднести те, що підприємством не повністю виявлені його ринкові можливості. Також підприємству необхідно посилювати технологічну базу з метою збільшення обсягів продажів. Таким чином, вдосконалення експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» в першу чергу необхідно проводити за даними напрямками.

Аналіз економічної ефективності експорту на ТОВ «СПП ЛАНА» показав, що більша частина продукції з експортного асортименту є економічно ефективними для продажу на зовнішніх ринках.

Виходячи з результатів розрахунків, проведених у другому розділі дипломної роботи, можна зробити висновок, що економічна ефективність реалізації на зовнішніх ринках таких видів продукції як пшениця та ячмінь має тенденцію до зниження. Це обумовлено більш сприятливими умовами реалізації даних видів продукції на внутрішньому ринку, у зв’язку із введенням квот на експорт зерна у 2021 році.

Обмеження Україною експорту зерна завдало значних збитків міжнародним компаніям, які працюють в агробізнесі:

- пшениці - 9%, але не більше 17 €/т;
- ячменю – 14%, але не більше 23 €/т;
- кукурудзи – 12%, але не більше 20 €/т [36].

Враховуючи ситуацію, яка склалася на ринку зернових, ТОВ «СПП ЛАНА» доцільніше буде реалізувати пшеницю та ячмінь на внутрішньому ринку.

Одним з перспективних напрямків підвищення економічної ефективності експорту для ТОВ «СПП ЛАНА» може стати збільшення обсягів виробництва та реалізації такого виду продукції як льон.

На даний момент темпи росту економічної ефективності цього виду продукції є незначними у порівнянні з деякими іншими видами продукції, яку реалізує ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках. Але попит на льон постійно зростає. Тому, на мій погляд, ТОВ «СПП ЛАНА» доцільно збільшити обсяг

виробництва та експорту льону.

Для обґрунтування доцільності експорту і збільшення його обсягів реалізації на зовнішньому ринку проведемо порівняльний розрахунок ефективності даної операції. Для порівняння результатів розрахуємо також доцільність експорту вівса, експорт якого характеризується зменшенням обсягів попиту та реалізації за останні декілька років. Для зручності і наочності всі дані упорядкуємо в табличній формі (Додаток А).

Витрати при реалізації вівса та льону на внутрішньому ринку складуть:

$$В^{вн}_{овес} = (903,9 + 11,7) \times 202 = 184951,2 \text{ (грн.)};$$

$$В^{вн}_{льон} = (1929,0 + 30,0) \times 354 = 693486,0 \text{ (грн.)}.$$

Витрати при реалізації вівса та льону на зовнішньому ринку складуть:

$$В^{з}_{овес\ 1} = (1160,4 + 6,5 \times 10,5) \times 202 = 252429,3 \text{ (грн.)};$$

$$В^{з}_{льон\ 1} = (2197,3 + 10,2 \times 10,5) \times 354 = 815757,6 \text{ (грн.)};$$

$$В^{з}_{овес\ 2} = (1160,4 + 6,5 \times 11,3) \times 202 = 253802,9 \text{ (грн.)};$$

$$В^{з}_{льон\ 2} = (2197,3 + 10,2 \times 11,3) \times 354 = 818646,2 \text{ (грн.)};$$

$$В^{з}_{овес\ 3} = (1160,4 + 6,5 \times 11,6) \times 202 = 254318,0 \text{ (грн.)};$$

$$В^{з}_{льон\ 3} = (2197,3 + 10,2 \times 11,6) \times 354 = 819729,5 \text{ (грн.)}.$$

Результат при реалізації на внутрішньому ринку вівса та льону складе:

$$Р^{вн}_{пш} = 1306,67 \times 202 = 263947,3 \text{ (грн.)};$$

$$Р^{вн}_{льон} = 3416,67 \times 354 = 1209501,2 \text{ (грн.)}.$$

Результат при реалізації на зовнішньому ринку вівса та льону складе:

$$Р^{з}_{овес\ 1} = (155 \times 1400) \times 10,5 = 328759,0 \text{ (грн.)};$$

$$Р^{з}_{льон\ 1} = (500 \times 354) \times 10,5 = 1858500,0 \text{ (грн.)};$$

$$Р^{з}_{овес\ 2} = (155 \times 1400) \times 11,3 = 353803,0 \text{ (грн.)};$$

$$Р^{з}_{льон\ 2} = (500 \times 354) \times 11,3 = 2000100 \text{ (грн.)};$$

$$Р^{з}_{овес\ 3} = (155 \times 1400) \times 11,6 = 363196,0 \text{ (грн.)};$$

$$Р^{з}_{льон\ 3} = (500 \times 354) \times 11,6 = 2053200 \text{ (грн.)}.$$

Ефект при реалізації на внутрішньому ринку вівса на льону складе:

$$Е^{вн}_{овес} = 263947,3 – 184951,2 = 78996,0 \text{ (грн.)};$$

$$Е^{вн}_{льон} = 1209501,2 – 693486,0 = 516015,2 \text{ (грн.)}.$$

Ефект при реалізації на зовнішньому ринку вівса та льону складе:

$$Е^{з}_{овес\ 1} = 328759,0 – 252429,3 = 76329,7 \text{ (грн.)};$$

$$Е^{з}_{льон\ 1} = 1858500,0 – 815757,6 = 1042742,4 \text{ (грн.)};$$

$$Е^{з}_{овес\ 2} = 353803,0 – 253802,9 = 100000,1 \text{ (грн.)};$$

$$Е^{з}_{льон\ 2} = 2000100,0 – 818646,2 = 1181453,8 \text{ (грн.)};$$

$$Е^{з}_{овес\ 3} = 363196,0 – 254318,0 = 108878,0 \text{ (грн.)};$$

$$Е^{з}_{льон\ 3} = 2053200,0 – 819729,5 = 1233470,5 \text{ (грн.)}.$$

Ефективність при реалізації на внутрішньому ринку вівса та льону складе:

$$Еф^{вн}_{овес} = 263943,3 / 184951,2 = 1,43 \text{ (грн.)};$$

$$Еф^{вн}_{льон} = 1209501,2 / 693486,0 = 1,74 \text{ (грн.)}.$$

Ефективність при реалізації на зовнішньому ринку вівса та льону складе:

$$Еф^{з}_{овес\ 1} = 328759,0 / 252429,3 = 1,30 \text{ (грн./грн.)};$$

$$Еф^{з}_{льон\ 1} = 1858500,0 / 815757,6 = 2,28 \text{ (грн./грн.)};$$

$$Еф^{з}_{овес\ 2} = 353803,0 / 253802,9 = 1,39 \text{ (грн./грн.)};$$

$$Еф^{з}_{льон\ 2} = 2000100,0 / 818646,2 = 1,44 \text{ (грн./грн.)};$$

$$Еф^{з}_{овес\ 3} = 363196,0 / 254318,0 = 1,43 \text{ (грн./грн.)};$$

$$Еф^{з}_{льон\ 3} = 2053200,0 / 819729,5 = 2,50 \text{ (грн./грн.)}.$$

Валютна ефективність експорту складе:

$$ВЕ_{овес\ 1} = (155 \times 10,5) / (1160,4 + 8,5 \times 10,5) = 1,3 \text{ (грн./грн.)};$$

$$ВЕ_{льон\ 1} = (500 \times 10,5) / (2197,3 + 10,2 \times 10,5) = 2,3 \text{ (грн./грн.)};$$

$$ВЕ_{овес2} = (155 \times 10,5) / (1160,4 + 8,5 \times 11,3) = 1,39 \text{ (грн./грн.)};$$

$$ВЕ_{\text{льон 2}} = (500 \times 11,3) / (2197,3 + 10,2 \times 11,3) = 2,44 \text{ (грн./грн.)};$$

$$ВЕ_{\text{овес 3}} = (155 \times 10,56) / (1160,4 + 8,5 \times 11,6) = 1,43 \text{ (грн./грн.)};$$

$$ВЕ_{\text{льон 3}} = (500 \times 11,6) / (2197,3 + 10,2 \times 11,6) = 2,5 \text{ (грн./грн.)}.$$

Розрахуємо мінімально допустиму експортну ціну для вівса та льону:

$$Ц_{\text{овес1}} = (1160,4 + 8,5 \times 10,5) / 10,5 = 119,0 \text{ (євро)};$$

$$Ц_{\text{льон 1}} = (2197,3 + 10,2 \times 10,5) / 10,5 = 219,47 \text{ (євро)};$$

$$Ц_{\text{овес 2}} = (1160,4 + 8,5 \times 11,3) / 11,3 = 111,19 \text{ (євро)};$$

$$Ц_{\text{льон 2}} = (2197,3 + 10,2 \times 11,3 / 11,3 = 204,65 \text{ (євро)};$$

$$Ц_{\text{овес 3}} = (1160,4 + 8,5 \times 11,6) / 11,6 = 108,53 \text{ (євро)};$$

$$Ц_{\text{льон 3}} = (2197,3 + 10,2 \times 11,6) / 11,6 = 199,62 \text{ (євро)}.$$

Як показали розрахунки, в першому варіанті при курсі 10,5 грн./євро експортна операція для льону буде більш ефективною, ніж для вівса, так як показник ефективності для льону складає 2,28, а для вівса 1,34, але недоцільною, якщо існує можливість реалізувати продукцію на внутрішньому ринку, так як показник ефективності при реалізації вівса та льону вітчизняним споживачам складає 1,43 для вівса та 1,74 для льону.

Виходячи з розрахунків, можна підтвердити, що реалізація вівса на внутрішньому ринку, буде більш ефективною для ТОВ «СПП ЛАНА», ніж його реалізація на зовнішньому ринку. Хоча для вівса показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку більший, ніж при експорті, слід зауважити, що даний вид продукції користується на багато меншим попитом серед вітчизняних споживачів, ніж серед закордонних споживачів. Так як при реалізації на зовнішніх ринках виконується достатня умова експорту (1.11) 1,30 > 1, то можна зробити висновок що експорт вівса є ефективним та доцільним для ТОВ «СПП ЛАНА».

Також, якщо існує тенденція девальвації гривні відносно євро (валюти контракту) доцільність здійснення експортної операції збільшується. При курсі 11,3 грн./євро вигідніше реалізувати льон на зовнішньому ринку, так як

показник ефективності експорту складатиме вже 2,44 (> 1,30), тобто виконується умова ефективності експорту.

Порівнюючи показники валютної ефективності експорту, можна зробити висновок, що пограничним значенням валютного курсу в нашому випадку буде 11,3 грн./євро. При зниженні курсу гривні нижче цієї відмітки ТОВ «СПП ЛАНА» стає вигідно здійснювати поставку льону на зовнішній ринок.

Девальвація гривні також збільшує конкурентоздатність льону (поріг мінімально допустимої експортної ціни знижується. Ріст курсу євро відносно гривні дозволить знизити мінімально допустиму експортну ціну льону з 219,47 до 199,62 євро за тону продукції.

Отже, одним із можливих шляхів підвищення ефективності експортної діяльності може бути збільшення обсягів виробництва та реалізації на зовнішньому ринку льону.

3.2 Оптимізація логістичних витрат ТОВ «СПП ЛАНА»

Найважливішою частиною підприємницької діяльності сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм повинні стати пошук і вибір найбільш ефективних каналів реалізації продукції.

Вибір каналу реалізації дозволяє максимізувати прибуток при незмінних обсягах продажів.

Реалізація продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках в більшості випадків проводиться через посередників, кожний з яких і формує відповідний канал розподілу. Посередники завдяки своїм контактам, досвіду та спеціалізації дозволяють забезпечити широку доступність товару і доведення його до цільових ринків закордоном.

З розвитком підприємства частка таких каналів реалізації як переробні підприємства, прямі продажі та інші канали значно зменшилась, а частка каналу реалізації оптовим посередникам постійно зростає. Це свідчить про те, що основний оборот продукції ТОВ «СПП ЛАНА» зосереджений в

посередницькому секторі [37].

Основною причиною звернення ТОВ «СПП ЛАНА» до посередників є те, що підприємство є експортоорієнтованим, і виходячи на зарубіжні ринки, таким способом можна вирішити проблему недостатньої обізнаності в області міжнародного маркетингу, відсутності необхідних контактів. Таким чином, основою ефективного експорту на ТОВ «СПП ЛАНА» є співпраця з посередниками на зовнішніх ринках.

Однією з переваг ТОВ «СПП ЛАНА» є можливість надання транспортно-експедиційних послуг в напрямку міжнародних перевезень. Але останнім часом спостерігається постійне зростання цін на пальне, що призводить до збільшення витрат на експорт продукції і негативно позначається на ефективності реалізації продукції на зовнішніх ринках.

Одним з можливих шляхів підвищення ефективності експорту в даній ситуації може бути залучення спеціалізованого посередника та використання інших видів транспортування продукції, наприклад, морського та залізничного транспорту [37].

Визначимо ефективність запропонованої альтернативи для ТОВ «СПП ЛАНА» на прикладі експортної операції з реалізації льону та порівняємо ефективність експортної операції з реалізації льону на зовнішньому ринку на умовах поставки CPT (м. Хелм, Польща) з залученням спеціалізованого посередника та залізничного транспорту з ефективністю експортної операції на умовах поставки CPT (м. Хелм, Польща) з залученням спеціалізованого посередника та власного автотранспорту для ТОВ «СПП ЛАНА». Розрахунок представимо у вигляді таблиць 3.1 та 3.2.

У разі здійснення експортної операції з залученням спеціалізованого посередника та залізничного транспорту ТОВ «СПП ЛАНА» з урахуванням загального обсягу угоди зможе отримати додатковий прибуток у розмірі:

$$П_1 = 60{,}85 \times 60 = 3651 \text{ (євро)}.$$

У разі здійснення експортної операції з залученням спеціалізованого посередника та власного авто транспорту ТОВ «СПП ЛАНА» з урахуванням загального обсягу угоди зможе отримати додатковий прибуток у розмірі:

$$П_2 = 41{,}35 \times 60 = 2481 \text{ (євро)}.$$

Розрахуємо також рентабельність обох варіантів здійснення експортної операції з реалізації льону з залученням спеціалізованого посередника за формулою 1.6: $Р_{екс}$ = ПЕ / $В_{екс}$ × 100%, яка відображає величину прибутку на одиницю витрат. Представимо розрахунок у вигляді таблиці 3.3.

Таблиця 3.1 - Ефективність експортної операції на умовах поставки CPT з залученням спеціалізованого посередника та залізничного транспорту

Показники	Значення
1. Обсяг, т	60
1. Виробнича собівартість льону, €/т	194,5
2. Відпускна ціна, €/т	224,45
3. Витрати на експортне виконання (5% від виробничої собівартості), €/т	9,73
4. Транспортування до м. Хелм, Польща, €/т Норма завантаження вагону – 60 т Аренда одного вагону вантажопідйомністю 60 т складає 485 €/доба Час вантажного складу в дорозі за маршрутом Запоріжжя - Хелм складає 1 добу Вартість транспортування на маршруті Запоріжжя – Хелм складає 0,03 €/км Довжина маршруту: 1046 км Складова аренди у вартості транспортування тони продукції: 485 / 60 = 8,08 €/т Транспортування тони продукції на маршруті: 0,03 × 1046 = 31,38	39,46
5. Оплата послуг посередника, €/т	3,1
6. Оплата митних процедур, €/т	3,0
7. Мінімальна експортна ціна (стр. 2 + стр. 3 + стр. 4 + стр. 5 + стр. 6), €/т	279,74
8. Ціна контракту, погоджена посередником з іноземним покупцем, €/т	350,3
9. Перевищення ціни контракту, погодженої посередником, над мінімальною, €/т	70,56
10. Додаткова оплата послуг посередника (1% від 70,56), €/т	0,71
11. Додаткова винагорода посередника за підвищення ціни угоди, €/т	9,0
12. Додатковий прибуток ТОВ «СПП ЛАНА» (70,56 – 0,71 – 9 = 60,85), €/т	60,85

Як видно з розрахунків, в результаті здійснення експортної операції без залучення спеціалізованого посередника ТОВ «СПП ЛАНА» отримає 0,18 євро

валового прибутку на кожне євро своїх витрат у разі залучення лалізничного транспорту, або 0,14 євро валового прибутку на кожне євро своїх витрат у разі залучення власного авто транспорту.

У разі здійснення експортної операції з залученням посередника по мінімальній ціні ТОВ «СПП ЛАНА» отримає 0,16 євро валового прибутку на кожне євро своїх витрат у разі залучення залізничного транспорту, або 0,13 євро валового прибутку на кожне євро своїх витрат у разі залучення власного автотранспорту.

Таблиця 3.2 - Ефективність експортної операції на умовах поставки CPT з залученням спеціалізованого посередника та власного автотранспорту ТОВ «СПП ЛАНА»

Показники	Значення
1. Обсяг, т	60
1. Виробнича собівартість льону, €/т	194,5
2. Відпускна ціна, €/т	224,45
3. Витрати на експортне виконання (5% від виробничої собівартості), €/т	9,73
4. Транспортування до м. Хелм, Польща, €/т Норма завантаження автомобілю – 30 т Витрати палива на один автомобіль: 2967,3 € Час автомобіля в дорозі за маршрутом Запоріжжя - Хелм складає 15 годин Довжина маршруту: 1099 км Складова витрат палива у вартості транспортування тони продукції: 1) 60 / 30 = 2 2) 2 ×2967,3 / 60 = 98,91 €/т	98,91
5. Оплата послуг посередника, €/т	3,1
6. Оплата митних процедур, €/т	3,0
7. Мінімальна експортна ціна (стр. 2 + стр. 3 + стр. 4 + стр. 5 + стр. 6), €/т	339,19
8. Ціна контракту, погоджена посередником з іноземним покупцем, €/т	390,1
9. Перевищення ціни контракту, погодженої посередником, над мінімальною, €/т	50,9
10. Додаткова оплата послуг посередника (1% від 111,11), €/т	0,51
11. Додаткова винагорода посередника за підвищення ціни угоди, €/т	9,0
12. Додатковий прибуток ТОВ «СПП ЛАНА» (111,11 – 1,11 – 9 = 101), €/т	41,35

У випадку здійснення експортної операції з залученням посередника по максимальній ціні ТОВ «СПП ЛАНА» отримає 0,41 євро валового прибутку на кожне євро своїх витрат у разі залучення залізничний транспорту, або 0,26 євро валового прибутку на кожне євро своїх витрат у разі залучення власного авто

транспорту.

Таблиця 3.3 - Рентабельність здійснення експортних операцій з реалізації льону з залученням спеціалізованого посередника

Варіант	Розрахунок		Експортна операція
	з залученням з/д транспорту	з залученням власного авто транспорту	
1-й можливий варіант	$В_{екс}$ = 194,5 + 39,46 + 3 = 236,96 €/т; ПЕ = 279,74 - 236,96 = 42,78 €/т $Р_{екс}$ = 42,78 / 236,96 × 100% = 18,05%	$В_{екс}$ = 194,5 + 98,91 + 3 = 296,41 €/т; ПЕ = 339,19 - 296,41 = 42,78 €/т $Р_{екс}$ = 42,78 / 296,41 × 100% = 14,43%	Експортна операція без залучення посередника
2-й можливий варіант	$В_{екс}$ = 194,5 + 39,46 + 3 + 3,1 = 240,06 €/т; ПЕ = 279,74 - 240,06 = 39,68 €/т $Р_{екс}$ = 39,68 / 240,06 × 100% = 16,53%	$В_{екс}$ = 194,5 + 98,91 + 3 + 3,1= 299,51 €/т; ПЕ = 339,19 - 299,51 = 39,68 €/т $Р_{екс}$ = 39,68 / 299,51 × 100% = 13,25%	Експортна операція з залученням посередника по мінімальній ціні
3-й можливий варіант	$В_{екс}$ = 194,5 + 39,46 + 3 + 3,1 + 9 = 249,06 €/т; ПЕ = 350,3 - 249,06 = 101,24 €/т $Р_{екс}$ = 101,24 / 249,06 × 100% = 40,65%	$В_{екс}$ = 194,5 + 98,91 + 3 + 3,1 + 9= 308,51 €/т; ПЕ = 390,1 - 308,51 = 81,59 €/т $Р_{екс}$ = 81,59/ 308,51 × 100% = 26,4%	Експортна операція з залученням посередника по максимальній ціні

ТОВ «СПП ЛАНА» для підвищення ефективності експортної діяльності доцільно буде залучати спеціалізованих посередників та використовувати залізничний транспорт. Як результат таких дій підприємство отримає можливість зниження витрат на транспортування та додатковий прибуток.

Таким чином розглянувши та проаналізувавши експортну діяльність ТОВ «СПП ЛАНА» та її ефективність, було запропоновано такі основні напрями її вдосконалення:

1) збільшення обсягів виробництва та експорту льону та інших прибуткових видів продукції;

2) залучення спеціалізованих посередників та використання з/д транспорту;

3) участь у проекті розвитку експорту, розробленого Світовим банком;

4) створення асоціацій експортерів зерна;

5) створення експортних кооперативних об’єднань, асоціацій та групп;

6) покращення системи агромаркетингу.

Отже, здійснення експортної діяльності це складний та процес, який вимагає кваліфікованості від працівника та знання інформації. Удосконалення експортної діяльності необхідно починати з: правильного підбору менеджера з продаж, адже від його кваліфікації залежить правильна організація експортних операцій; правильного вибору маркетингової політики; правильного підбору агентів з пошуку ринків збуту; дослідження цін на продукцію; пошуку шляхів мінімізації витрат на організацію експортних операцій та їх здійснення.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Метою даної роботи було дослідження організації та ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» та на основі проведеного аналізу визначення шляхів підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».

За результатом роботи було розглянуто й проаналізовано теоретичні та методичні аспекти визначення ефективності експортної діяльності агропромислового підприємства. На основі проведеного в роботі дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Мета експорту підприємства АПК — збільшити збут продукції і підвищити доходність. Проте експорт не слід розглядати як єдину альтернативу тим складнощам, що виникають у підприємства на внутрішньому ринку.

2. У світовій практиці в основному застосовують три способи ведення експорту, для кожного з яких притаманні свої канали дистриб'юції:

- непрямий експорт;
- прямий експорт з посередниками;
- прямий експорт без посередників.

3. Застосовуючи стратегію експорту, підприємство виготовляє свої товари у власній країні, пропонуючи їх на експорт. Перевагами цього способу є:

- експорт відповідного продукту потенційно забезпечує вищу прибутковість порівняно з його реалізацією на внутрішньому ринку;

- підприємству потрібна валюта для придбання за кордоном необхідної техніки, обладнання, які або відсутні на внутрішньому ринку, або мають незадовільну якість;

- підприємство виробляє високоякісні товари, що відповідають світовим стандартам завдяки високій кваліфікації кадрів і запровадженню прогресивної технології, і водночас володіє загальними маркетинговими перевагами;

- підприємство намагається організувати і підтримувати своє

виробництво на рівні світових вимог, користуючись міжнародними зв'язками, встановленими через експорт;

- завдяки експорту підприємство намагається зменшити сезонні коливання попиту на певні види своєї продукції.

4. Експортери продукції АПК стикаються з такими проблемами як нездатність залучити кваліфікованих експертів з експорту і розробити основний план міжнародного маркетингу до початку експортної діяльності; недостатня готовність вищої ланки керівництва до подолання початкових труднощів і коригування потреби у фінансових коштах для експортної діяльності; недостатня старанність у виборі закордонних агентів і оптовиків; погоня за замовленнями з будь-якої країни світу, а не створення бази для розгортання прибуткових операцій і упорядкованого зростання; нехтування експортною діяльністю в періоди ринкових бумів; неспроможність вести справи з іноземними оптовиками на тих самих засадах, що і з їхніми конкурентами на внутрішньому ринку; небажання модифікувати продукцію відповідно до державного регулювання чи культурних переваг в інших країнах; нездатність видавати службову, комерційну і гарантійну документацію на мовах, зрозумілих торговим партнерам фірми за кордоном; нездатність залучити компанію, що спеціалізується на управлінні експортною діяльністю, чи іншого посередника у сфері маркетингу, коли фірма не має у своєму розпорядженні людей, які вміють виконувати спеціалізовані експортні функції; нездатність активно використовувати ліцензійні угоди або угоди про створення спільних підприємств; змінність політики тих країн, куди йде експорт.

5. Реалізація продукції ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках в більшості випадків проводиться через посередників, кожний з яких і формує відповідний канал розподілу. Посередники завдяки своїм контактам, досвіду та спеціалізації дозволяють забезпечити широку доступність товару і доведення його до цільових ринків закордоном.

6. Найбільш рентабельним на підприємстві є експорт плодів кісточкових та меду. Найнижчу ефективність експорту на ТОВ «СПП ЛАНА» мають

зернові культури. В групі зернових найбільш рентабельним є реалізація проса та канареєчника, так як вони входять до складу кормових сумішей для птахів і гризунів. Такі кормові суміші користуються високим попитом у країнах ЄС

7. ТОВ «СПП ЛАНА» є одним із високопродуктивних агропромислових підприємств України, обсяги виробництва і реалізації основних видів продукції якого постійно зростають. Найбільші темпи зростання обсягів виробництва та реалізації на підприємстві мають такі види продукції, як просо, овес, канареєчник, льон, мед. В загальному прибутку підприємства реалізація цих видів продукції складає 41,7%.

8. У зв'язку з введенням квот на експорт більш доцільно було продавати на внутрішньому ринку такі види продукції як: пшениця та ячмінь; за рахунок зменшення витрат на виробництво та збут проса, вівса та канареєчника їх стало вигідніше експортувати.

9. Підприємству доцільно переглянути політику щодо експорту льону, оскільки даний вид продукції має значний ріст показника економічної ефективності.

10. Показник економічної ефективності експорту для підприємства загалом є вищим за показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку, але це ще не означає доцільність переорієнтації підприємства повністю на зовнішній ринок для досягнення максимально можливих прибутків. Аналіз у розрізі окремих товарів показує, що більша частина продукції з експортного асортименту є економічно ефективною для продажу на зовнішніх ринках.

Можливими шляхами підвищення ефективності експортної діяльності на ТОВ «СПП ЛАНА» можуть бути:

1. Враховуючи ситуацію, яка склалася на ринку зернових, ТОВ «СПП ЛАНА» доцільнішою буде реалізація пшениці та ячменю на внутрішньому ринку.

2. Збільшення обсягів виробництва та реалізації такого виду продукції як льон. На даний момент темпи росту економічної ефективності цього виду продукції є незначними у порівнянні з деякими іншими видами продукції, яку

реалізує ТОВ «СПП ЛАНА» на зовнішніх ринках. Але попит на льон постійно зростає. Тому ТОВ «СПП ЛАНА» доцільно збільшити обсяг виробництва та експорту льону.

3. Однією з переваг ТОВ «СПП ЛАНА» є можливість надання транспортно-експедиційних послуг в напрямку міжнародних перевезень. Але останнім часом спостерігається постійне зростання цін на пальне, що призводить до збільшення витрат на експорт продукції і негативно позначається на ефективності реалізації продукції на зовнішніх ринках. Тому одним з можливих шляхів підвищення ефективності експорту в даній ситуації може бути залучення спеціалізованого посередника та використання інших видів транспортування продукції, наприклад, морського за залізно дорожнього транспорту. Як результат таких дій підприємство отримає можливість зниження витрат на транспортування та отримання додаткового прибутку.

4. Агропромисловим підприємствам в умовах загострення конкурентної боротьби на світових ринках зерна доцільно створювати на обласному рівні об’єднання товаровиробників, які б сприяли просуванню їх власної продукції на зовнішні ринки. Найбільш сприятливою формою співпраці аграрних підприємств може бути асоціація експортерів зерна.

5. Важливою передумовою формування міжнародної системи агробізнесу є форми організації сільськогосподарського виробництва. Міжнародний досвід свідчить про те, що ефективними формами організації агробізнесу є агропромислові формування, в яких поєднується виробництво сільськогосподарської продукції, її переробка, зберігання, транспортування і реалізація як на внутрішніх так і на світових ринках. Створення зернових кооперативів в Україні зміцнить стан його членів, в тому числі ТОВ «СПП ЛАНА», на внутрішньому ринку і дасть змогу працювати на світовому ринку товарної продукції, в тому числі й продукції переробки зернових.

Переробка зернових культур через кооператив дасть змогу ТОВ «СПП ЛАНА» значно збільшити дохід від вирощеного зерна, оскільки ціни на перероблену продукцію вищі, ніж на сировину, а також збереження зерна на

кооперативних елеваторах дозволить товаровиробникам продавати його тоді, коли ціни на ринку високі. Завдяки кооперації товаровиробники мають вигідну позицію в переговорах з покупцями. Ціна на великі партії зазвичай вища, ніж на малі. Концентрація в кооперативах великих обсягів зерна поможе їхнім членам уникати посередників і самим ефективно реалізовувати продукцію на зовнішньому ринку.

6. Ще одним напрямком оптимізації ефективності експорту ТОВ «СПП ЛАНА» можна назвати покращення системи агромаркетингу. Сучасні аграрні підприємства, в тому числі і ТОВ «СПП ЛАНА», функціонують в умовах нестабільності через недосконаліть господарського механізму, нерозвиненість ринкової інфраструктури, відсутність необхідної інформації про стан ринку та недостатності практичного досвіду роботи в умовах конкурентного середовища. Рушійною силою у вирішенні більшості з цих питань може стати організація маркетингової діяльності, яка супроводжуватиме сільськогосподарську продукцію від виробництва до споживача. Постає необхідність підпорядкування внутрішньогосподарської діяльності вимогам зовнішнього середовища шляхом дослідження ринку, проведення товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики.

Результати даної роботи мають практичну значимість та можуть бути використані для подальшого економічного розвитку підприємства.

На підставі цього можна вважати, що мета кваліфікаційної роботи досягнена.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особивості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Лаврова Харків: Изд-во ХНАДУ, 2021. 227 с.

2. Багрова І.В., Рєдіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О. К.: Центр навчальної літератури, 2014. 580 с.

3. І.В.Тирпак, В.І.Тирпак, С.А. Жуков 0753 Основи економіки та організації підприємництва. Навчальний посібник. Кондор. 2021. 284 с.

4. Козик В.В., Панкова Л.А. Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак А.О. Зовнішньоекономічні операції та контракти: Навчальний посібник. – 2-ге вид. , перероб. і доп. К.:Центр навчальної літератури, 2004. 608с.

5. Козак Ю.Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. Видання 5-те, перероб. та доп. - Київ- Катовіце: Центр учбової літератури, 2020. - 289 с.

6. Дахно І. І. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 360с.

7. Кредісов А. І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навчальний посібник / А. І. Кредісов. К.: ТОВ ВІРА 2019. 448 с.

8. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник / Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. К.: КНЕУ, 2021. 488 с.

9. Козак Ю. Р. Міжнародна економіка / Ю. Р.Козак, Д. Г. Лук’яненко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 672 с.

10. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навчальний посібник / [Козик В. В., Панкова Л. А., Крап’як Я. С. та інші]. Київ: ЦНЛ, 2004. 608 с.

11. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: …С. В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2020. 864 с.

12. Канчій А. В. Інструменти забезпечення інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / А. В. Канчій // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2019. № 90, ч. 2. С. 83–84.

13. Вакульчик О. М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. М. Вакульчик, Д. П. Дубицький // *Вісник Академії митної служби України. Сер.: Економіка*. 201. № 2. С. 75–82.

14. Жук М.В. Комерційні відносини України: розвиток експортного потенціалу: Підручник. Чернівці: Рута, 2014. 352 с.

15. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.

16. Дем'яненко А. Г. Формування моделі комплексного аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства // Економіка, фінанси, право. 2015. № 2. С. 228

17. Комплексный экономический анализ предприятия/Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой. СПб.: Питер, 2015. 256с.

18. Алексєєва А.І. Комплексний економічний аналіз господарської діяльності: навч. посібник. М .: Фінанси і статистика. 2019. 529 с.

19. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Львів: Афіна, 2014. 140с.

20. Бутинець Ф. Ф. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Підручник / Бутинець Ф. Ф., Жиглей І. В., Пархоменко В. М.; за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця: 2-е вид. доп. і перероб. Житомир: «Рута», 2021. 544 с.

21. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2022. 172 с.

22. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Підручник / П. Я. Попович. Тернопіль: Економічна думка, 2021. 365 с.

23. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов /Под ред. Р.И. Хасбулатова, В.М. Попова. М.: Междунар. отношения, 2021. 544 с.

24. Новіцький С.Є. Міжнародна економічна діяльність Україні: Підручник / С. Є. Новіцький. К.: КНЕУ, 2013. 948 с.

25. Операції комерційних банків / Р. Коцовська, В. Ричаківська, Г. Табачук, Я. Грудзевич,М. Вознюк. - 3-те вид. - К.: Алерта; Львів: ЛБІ НБУ, 2013. 500 с.

26. Голіков А. П. Вступ до спеціальності «Міжнародні економічні відносини» : навчальний посібник / А. П. Голіков, Н. А. Казакова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. 116 с.

27. 5. Іващенко О.А. Фінансові інструменти управління економічними ризиками *Зовнішняторгівля: право та економіка*. 2009. — №2 (25). С. 141-147.

28. 6. Міщенко В.І. Управління валютними ризиками: Навчальний посібник К.: Товариство «Знання», КОО, 2018. 444 с.

29. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник. за ред. О. В. Шкурупій. К.: Центр учбової літератури, 2022. 248 с.

30. Черевань В.П. Міжнародна економічна діяльність: Навчальний посібник Київ: Видавничий Дім «Слово», 2020. 280 с.

31. Дорошенко Г. О. Формування стратегії управління валютними ризиками підприємств *Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції*. 2019. № 3. С. 10-12.

32. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навальний. посібник / Київ: КНЕУ, 2022. 392 с.

33. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності К.: Фінансист, 2020. 653 с.

34. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник Київ: Знання, 2016. 249 с.

35. Міжнародна економіка. Навчальний посібник. К: Національна академія управління, 20211 . 432 с.

36. Філіпенко А. С. Міжнародні економічні відносини. / А. С. Філіпенко. К.: 2016. 390 с.

37. Положення про вантажну митну декларацію: Постанова КМУ № 574 від 09.06.2017р., із змінами і доповненнями

38. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2022. 392 с.

39. Основи міжнародних валютно-фінансових відносин К. : Думка, 2018. 432 с.

40. Редхед К. Управління ризиками/ пер. с англ. / К. Редхед, С. Хьюс. К. : Думка, 2017 288 с.

41. Вербіцька І. І. Мінімізація валютних ризиків вітчизняних підприємств *Інноваційна економіка.* 2021. № 8.- С. 289-294.

42. Hanna M. D. Integrated operations management. Adding value for customers. New Jersey: Prentice Hall, 2001 . 753 p.

43. Heizer J. Principles of operations management. – 4th edition / J. Heizer, B. Render.– New Jersey : Prentice Hall, 2021 716 p.

44. Krajewski L. J. Operations Management. Strategy and Analysis / L. J Krajewski, L. P. Ritzman. Addison-Wesley Publishing Company, 2016. 734 p.

45. Lee Seng M., Schniderjans Mark J. Operations Management / M. Seng Lee, Mark J. Schniderjans.Boston, Toronto: Houghton Mifflin Company,2021.

46. Schroeder Roger G. Operations Management. Decision Making in the Operations Function. New York: McGrow Hill, Inc. 848 c.

47. Stevenson W. Production / Operations Management.- 4 Ed / W. Stevenson.: Instructor’s edition. –Boston, 2021 916 p.

48. Виробничо-фінансова звітність за 2020 р.: с. Плодородне, ТОВ «СПП ЛАНА». 2021. 13 с.

49. Харчук Т. В. Шляхи виходу підприємств на зовнішні ринки *Актуальні проблеми економіки*. – 2020. – № 8. – С. 12–16.

50. Мельничук А.Ю. Напрями посилення позицій продукції агропромислового комплексу на зовнішніх ринках *Актуальні проблеми економіки*. 2021. № 4. С. 65–72.

51. Кліменко В. Українська зернова асоціація: ринок зерна вимагає

більшої уваги *Пропозиція*. 2021. №4. С. 12-14.

52. Аверков С. В. Ринок агропромислової продукції: проблеми, формування та перспективи розвитку *Аграрний вісник Причорномор'я. Економічні науки. Вип. 37.* Одеса: Імідж-Прес, 2020. С. 3-6.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Визначення ефективності експортних операцій ТОВ «СПП ЛАНА»

Показники	Варіант 1		Варіант 2		Варіант 3	
	Овес	Льон	Овес	Льон	Овес	Льон
1. Обсяг продажів, т	202	354	202	354	202	354
2. Виробнича собівартість тони продукції, грн.:						
2.1 варіант виконання для внутрішнього ринку	903,9	1929,0	903,9	1929,0	903,9	1929,0
2.2 експортний варіант виконання	1160,4	2197,3	1160,4	2197,3	1160,4	2197,3
3. Ціна одиниці продукції:						
3.1 на внутрішньому ринку, грн.	1306,67	3416,67	1306,67	3416,67	1306,67	3416,67
3.2 на зовнішньому ринку, євро	155	500	155	500	155	500
4. Комерційні витрати, на реалізацію продукції на внутрішньому ринку, грн./т	11,7	30,0	11,7	30,0	11,7	30
5. Комерційні витрати, на реалізацію продукції на зовнішньому ринку, євро./т	8,5	10,2	8,5	10,2	8,5	10,2
6. Курс валюти, грн./євро	10,5		11,3		11,6	
7. Витрати, тис. грн.:						
7.1 при реалізації на внутрішньому ринку	184951,2	693486,0	184951,2	693486,0	184951,2	693486,0
7.2 при реалізації на зовнішньому ринку	252429,3	815757,6	253802,9	818646,2	254318,0	819729,5
8. Результат, грн.:						
8.1 при реалізації на внутрішньому ринку	263947,3	1209501,2	263947,3	1209501,2	263947,3	1209501,2
8.2 при реалізації на зовнішньому ринку	328759,0	1858500,0	353803,0	2000100,0	363196,0	2053200,0
9. Ефект, грн.:						
9.1 при реалізації на внутрішньому ринку	78996,0	516015,2	78996,0	516015,2	78996,0	516015,2
9.2 при реалізації на зовнішньому ринку	76329,7	1042742,4	100000,1	1181453,8	108878,0	1233470,5

Продовження додатку А

10. Ефективність, грн.:						
10.1 при реалізації на внутрішньому ринку	1,43	1,74	1,43	1,74	1,43	1,74
10.2 при реалізації на зовнішньому ринку	1,30	2,28	1,39	2,44	1,43	2,50
11. Валютна ефективність експорту, грн./грн.:	1,30	2,30	1,39	2,44	1,43	2,50
12. Розрахунок мінімально допустимої ціни, євро:	119,0	219,47	111,19	204,65	108,53	199,62