**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Західноукраїнський національний університет**

**Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського національного університету**

Кафедра економіки, обліку та оподаткування

**Шрамко Ірина Олегівна**

**Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Management of foreign economic activities of the enterprise**

Спеціальність 051- Економіка

Освітньо-професійна програма – Економіка

Кваліфікаційна робота

 Виконав : студент групи

 ЕЕПзвнм-21

 І.О. Шрамко

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Науковий керівник

 к.е.н.,доц. О.А.Надвиничний

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кваліфікаційна робота допущено

до захисту

\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 \_\_ р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **В.М. Пилявець**

**ВІННИЦЯ – 2023**

ЗМІСТ

ВСТУП………………………………………………………………………..3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ………………………………………………….6

1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства………...…6

1.2. Нормативно-правове регулювання здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб’єктів господарювання…………….…………………………….11

1.3. Специфіка зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств України…………………………………………………………………………...18

Висновки до розділу 1……………………………………………………..24

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІННИЦЬКА ПТАХОФАБРИКА» АГРОХОЛДИНГУ ПрАТ «МХП»…………………………………………………………………….25

2.1. Організаційно-економічна характеристика та умови здійснення господарської діяльності підприємства………………………………….……..25

2.2. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства………33

2.3. Управління зовнішньоекономічною діяльності на підприємстві…..38

Висновки до розділу 2……………………………………………………...47

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА …….….48

3.1. Оцінка ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства…………………………………………………………………..…48

3.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства при виході на закордонні ринки та шляхи їх реалізації……………………………………….54

3.3. Напрями удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства…………………………………………………………………......60

Висновки до розділу 3……………………………………………………...65

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ……………………………………………66

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ……………………………….…70

ДОДАТКИ…………………………………………………………………..78

ВСТУП

**Актуальність теми.** В умовах глобалізації світової економіки і підвищення ролі зовнішньоекономічної діяльності для вітчизняних підприємств найважливішим завданням стає управління зовнішньоекономічною діяльністю. Необхідність теоретичної розробки зовнішньоекономічної стратегії викликана, перш за все, тим, що істотний вплив на життєдіяльність підприємств почали мати чинники зовнішнього середовища. Вивчення досвіду роботи зарубіжних фірм і вітчизняного досвіду, що зароджується, переконують, що ступінь ризику істотно знижується для тих підприємств, які використовують новітні теорії і методи сучасного менеджменту, де сформовані служби стратегічного розвитку. Ефективний розвиток зовнішньоекономічної діяльності повинен ґрунтуватися, перш за все, на адаптації стратегії підприємств до вимог міжнародного ринку. Враховуючи складне фінансово-економічне положення багатьох вітчизняних сільськогосподарських підприємств і високі витрати, потрібні для виходу на зовнішній ринок, особливо важливим стає вибір пріоритетних напрямів, в найбільшій мірі сприяючих досягненню успіху на зовнішньому ринку, пошук оптимальних варіантів вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Різні аспекти організації і ефективності зовнішньоекономічної діяльності досліджувалися в роботах І. Герчикової, С. Денісова, Р. Ніздряної, С. Покровськой, Ю. Порошина, Л. Стровського, І. Фамінського і ін.

Метоюкваліфікаційноїроботи є дослідження теоретичних і практичних підходів до удосконалення управління підприємств.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішувалися наступні **завдання:**

 – дослідити сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

– вивчити економічну сутність, зміст, роль та стан розгляду зовнішньоекономічної діяльності підприємства у літературних джерелах;

* дослідити діючу нормативно-правову базу регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
* розглянути специфіку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств;

– дослідити умови господарювання, основні показники фінансово-економічної діяльності підприємства та організацію зовнішньоекономічної діяльності;

- проаналізувати форму господарської та міжнародної діяльності підприємств ПрАТ «МХП»;

- визначити ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві»;

– дослідити чинники впливу на процес управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві;

- оцінити якість міжнародної роботи підприємства в умовах мінливої кон'юнктури товарних ринків;

- розробити пропозиції та рекомендації щодо удосконалення міжнародної діяльності підприємства ПрАТ «МХП»

. **Об’єктом дослідження** є процес управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «Вінницька птахофабрика» агрохолдингу «МХП» з урахуванням мінливої кон’юнктури товарних ринків.

**Предметом дослідження** є теоретичні та методичні засади формування зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**Методи та засоби дослідження**. У процесі виконання досліджень використано методи аналізу, синтезу, групування, індексний, графічний, індукції та дедукції методи узагальнення результатів дослідження тощо. У процесі підготовки роботи використовувались методи дослідження, що базуються на загальнонаукових та емпіричних прийомах економічної науки. Тому в процесі оцінки умов та результатів зовнішньоекономічної діяльності підприємств були використані економіко-статистичний метод та метод абстрагування, методи систематизації та узагальнення.

**Інформаційною базою дослідження** стали внутрішня інформація підприємства, законодавчі та нормативно-правові акти з питань регулювання зовнішньоекономічної діяльності, праці вітчизняних та закордонних вчених, наукові публікації в періодичних виданнях, статистичні матеріали, довідкова література та інше.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає у теоретичному обґрунтуванні та вирішенні комплексу питань, пов’язаних з управлінням зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, виявленні результатів та проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємства та удосконаленні зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в дослідженні механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, що являє собою сукупність цілей управління на зовнішньому ринку та розробці і застосуванні на практиці запропонованих автором рекомендацій щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності зокрема.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати випускної кваліфікаційної роботи обговорювалися на Міжнародному науково-практичному форумі «Фінансово-економічна діяльність суб’єктів господарювання в умовах воєнного стану».( м. Кам’янець-Подільський, 20 - 21 жовтня 2022р).

**Структура та обсяг роботи**. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел та додатків. Основний зміст викладено на 75 сторінках друкованого тексту, в тому числі 11 таблиць, 5 рисунків та додатки. Список літературних джерел налічує 75 найменувань

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Сучасний стан економічних процесів, які відбуваються в Україні є не зовсім привабливими для вітчизняних товаровиробників. Прагнення отримати прибуток більший, ніж усередині країни, спонукає підприємства виходити на міжнародний ринок. Одним із стратегічних напрямків, а також чинником ефективного розвитку підприємства є зовнішньоекономічна діяльність.

Більшість країн світу, маючи обмежену ресурсну базу й вузький внутрішній ринок не в змозі виробляти з достатньою ефективністю товари, які необхідні для внутрішніх потреб. Для таких країн зовнішньоекономічні зв'язки є способом одержання необхідних товарів. Країни спеціалізуються на виробництві такої продукції, що значно дешевше від закордонних аналогів, що в остаточному підсумку приносить прибуток кожній країні учасниці, задовольняє потреби споживачів у продукції кращої якості.

Зовнішньоекономічна діяльність є предметом дослідження багатьох економістів. Їхні результати можна згрупувати за напрямами економічних учень:

- Класичні теорії : концепція абсолютних переваг концепція порівняльних переваг теорема Хекшера-Оліна дослідження В. Леонтьєва;

- Основні кейнсіанські теорії: теорія перехресного попиту, теорія реверсу.

- Соціально-інституціональних теорії: теорія технологічного розриву, теорія життєвого циклу товару, теорія ефекту масштабу.[31, с. 151]

Основні класичні теорії пояснюють причини зовнішньоекономічної діяльності, акцентуючи увагу на факторах пропозиції. Так, згідно з концепцією абсолютних переваг експортуватимуться ті товари, абсолютні витрати виробництва яких у розрахунку на одиницю продукції нижче, ніж у країн-партнерів. Відповідно до концепції порівняльних переваг, експортуватимуться товари з відносно нижчими витратами виробництва. При цьому власник відносної (порівняльної) переваги повинен абсолютно спеціалізуватися на виробництві та збуті «виграшного» товару.

Обидві теорії мають істотний недолік: вони не пояснюють причини виникнення переваг. Зазначений недолік був подоланий у теоремі Хекшера-Оліна, суть якої полягає в тому, що країна експортуватиме той товар, для виробництва якого інтенсивно використовується найбільш розповсюджений на її території фактор виробництва. Проте дослідження В. Леонтьєва свого часу мали неочікуваний висновок: трудомісткі країни експортують більш капіталомістку продукцію, а капіталомісткі – трудомістку. Ця невідповідність отримала назву Парадоксу Леонтьєва. [45, с. 201]

Неодноразові спроби пояснити цей парадокс дали змогу не тільки підтвердили теорему Хекшера-Оліна, а й розвинули та збагатили її завдяки врахуванню додаткових обставин, які впливають на міжнародну спеціалізацію, зокрема таких:

- неоднорідність факторів виробництва, перш за все робочої сили, яка суттєво відрізняється за рівнем кваліфікації. У зв’язку з цим в експорті промислово розвинутих країн може відображатися відносна надлишковість висококваліфікованої робочої сили і спеціалістів, у той час як країни, що розвиваються, експортують продукцію, яка потребує значних затрат некваліфікованої праці;

• значна роль природних ресурсів, що, як правило, використовуються у виробничому процесі тільки в поєднанні з великою кількістю капіталу (наприклад, у галузях добувної промисловості). Це певною мірою пояснює те, що експорт із багатьох країн, що розвиваються, і мають великі запаси природних ресурсів, капіталомісткий, хоча капітал у цих країнах і не є відносно надлишковим фактором;

• вплив на міжнародну спеціалізацію зовнішньоторговельної політики уряду. Ця політика може обмежувати імпорт і стимулювати розвиток внутрішнього виробництва та експорт продукції тих галузей, де інтенсивно використовуються відносно дефіцитні фактори виробництва.

На противагу класичним теоріям основні кейнсіанські теорії при дослідженні причин розвитку зовнішньоекономічної діяльності роблять наголос на факторах попиту. Зокрема, теорія перехресного попиту полягає в тому, що оптимальний результат експорту може бути досягнутий у тому випадку, коли інша країна матиме структуру попиту подібну до структури попиту країни походження товару. [13, с. 70]

Відповідно до теорії реверсу попиту країна у зв’язку з потужним внутрішнім попитом може імпортувати товари незважаючи на відносно кращу забезпеченість факторами виробництва.

До основних соціально-інституціональних теорій зовнішньоекономічної діяльності відносяться теорія технологічного розриву, теорія життєвого циклу товару, теорія ефекту масштабу.

Теорія технологічного розриву ґрунтується на тому, що кожна індустріальна країна здатна зробити прорив у будь-якому напрямі науки, техніки, технології, у результаті якого одержані винаходи можуть бути освоєнні виробництвом. Такі процеси не збігаються у часі в різних країнах. Як наслідок ті країни, в яких були досягнуті технологічні переваги, отримують переваги конкурентні, що дає можливість отримувати монопольну ренту на світовому ринку. При цьому зазначена ситуація може виникнути за однакової ресурсної забезпеченості країн-учасниць світової торгівлі.

Теорія життєвого циклу товару пояснює мотиви і спрямування зовнішньої торгівлі невідповідністю фаз життєвого циклу товарів у різних країнах.

Сутність теорії ефекту масштабу полягає у наступному: незважаючи на той факт, що певні країни володіють приблизно однаковим ресурсним потенціалом, товарообмін між ними буде вигідним за умов спеціалізації у галузях, яким властивий ефект масового виробництва, оскільки виникає можливість розширити виробництво і знизити витрати – реалізувати ефект масштабу.

На даний час зовнішньоекономічну діяльність трактують як набір функцій (дій), пов’язаних з підготовкою та виходом підприємства на зовнішні ринки. Зрозуміло, що цей набір функцій є досить значним і охоплює виробничі, управлінські, маркетингові, цінові, логістичні, економічні, фінансові, представницькі, митні та інші питання. [28, с. 84]

Зовнішньоекономічна діяльність базується на укладених між контрагентами угодах. Це дуже важливий елемент зовнішньоекономі­чної діяльності, оскільки укладені угоди повинні враховувати норми права тих країн, на території яких здійснюється зовнішньоекономічна діяльність.

Метою зовнішньоекономічної діяльності є задоволення певних ділових та економічних інтересів контрагентів. Тому при плануванні зовнішньоекономічних операцій потрібно дуже прискіпливо вивчати умови укладених угод, ретельно вираховувати ту вигоду, яку може отримати суб’єкт господарювання від можливої співпраці з іноземним партнером. Помилки, допущені в цих питаннях, на перший погляд, навіть незначні, можуть спричинити для суб’єкта великі збитки, оскі­льки спірні питання дуже часто доведеться вирішувати в іноземних судах. [32, с. 101]

І нарешті, зовнішньоекономічна діяльність конкретних суб’єктів господарювання реально матеріалізує ті міжнародні економічні від­носини, які склалися між країнами та у світі в цілому в результаті пі­дписання країнами великої кількості міжнародних угод. Це стосується таких питань, які міжнародні фінансові та валютні відносини, міжна­родні розрахункові операції, робота транспорту, міжнародна торгівля[30, с. 56]

Окремим аспектом дослідження зовнішньоекономічної діяльності як об’єкта консалтингу є характеристика її видів (рис. 1.1).

Так, зовнішньоекономічну діяльність різних форм, об’єктів і видів провадять окремі особи, суб’єкти господарської діяльності та їх об’єднання. Управляють процесами розвитку міжнародної, транскордонної, інтер-регіональної співпраці та інших типів зовнішньоекономічної співпраці органи влади різних рівнів. Легкість та ефективність виходу суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності на зовнішні ринки значною мірою залежить від рівня розвитку інституційної інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності.

Аналіз існуючих підходів до поняття «зовнішньоекономічна діяльність» наведено у табл. 1.1. Зовнішньоекономічна діяльність є складною діяльністю, яка характеризується вищою ймовірністю виникнення ризиків порівняно із діяльністю на внутрішніх ринках. Як зазначає засновник вітчизняної ризикології В. Вітлінський, ЗЕД – це ускладнений процес руху товарів, ресурсів, капіталів, потоків цінностей тощо [11, с.55].

Відповідно, спостерігається певна дуальність такої діяльності – з одного боку, вона є перспективною і, у багатьох випадках, над прибутковою (порівняно з діяльністю на внутрішньому ринку), а з іншого, – надзвичайно ризикованою і небезпечною.

Таблиця 1.1.

Аналіз існуючих підходів до поняття «зовнішньоекономічна діяльність» [38, с. 72]

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Поняття |
| Багрова І., Редіна Н. та ін. | Діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка базується на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами |
| Васюренко В | Процес реалізації зовнішньоекономічних зв’язків, тобто торгівля, спільне підприємництво, надання послуг, співробітництво |
| Дегтярова О., Полянова Т., Саркісов С | Діяльність державних органів влади та управління і господарських організацій. У першому випадку вона спрямована на встановлення державних основ співробітництва, створення правових та торговельно політичних механізмів, що стимулюють розвиток та підвищення ефективності економічних зв’язків; у другому – на укладання та виконання контрактів та інших договорів у межах цивільного права |
| Дроздова Г | Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов’язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю у зовнішньоекономічних операціях |
| Машталір Я. | Сукупність зовнішньоекономічних операцій у сфері господарської діяльності, які здійснює підприємство з метою отримання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг внаслідок виходу на світовий ринок |
| Мельник Л. | Сфера економічної діяльності держави і підприємств, яка тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, іноземними кредитами та інвестиціями, здійсненням спільних з іншими країнами  |

В практиці суб’єктів господарювання розрізняють наступні класифікаційні ознаки зовнішньоекономічної діяльності :

* Форми діяльності: експорт, імпорт товарів, капіталів, робочої сили; товарообмінні операції; надання послуг; навчальна, науково-технічна, виробнича та інша кооперація, спільна підприємницька діяльність; надання патентів, ліцензій, ноу-хау, інших нематеріальних активів; проведення комерційно-комунікативних заходів; робота фізичних осіб на операції контрактній основі.
* Типи зовнішньоекономічної співпраці: міжнародна співпраця; транскордонна співпраця; інтеррегіональна співпраця; інші типи співпраць.
* За об’єктом діяльності: товари, роботи, послуги, майнові відносини, Інвестиційні, інновації, техніко-технологічна база; фінансово-кредитні операції; валютні операції, орендні операції.

Важливим питанням є причини які спонукають суб’єкти господарювання на здійснення зовнішньоекономічної діяльності:

- вигідне капіталовкладення за кордоном з урахуванням особливостей розвитку внутрішнього ринку, пов'язаних з насиченістю ринку товарами, посиленням тиску конкурентів; зростанням залежності від посередницької торгівлі, особливо у питаннях якості, цін, капіталовіддачі та розширення виробництва; зростання зборів, пов’язаних із захистом навколишнього середовища; труднощі дотримання соціального законодавства;

- нестабільність політичного та економічного становища в країні: погіршення інвестиційного клімату, низькі темпи економічного зростання;

- недосконалість національної законодавчої бази, що регулює комерційну діяльність;

- нестабільність національної валюти, можливість отримання прибутку в твердій іноземній валюті і компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах;

- конкуренція зі сторони іноземних компаній, що діють на внутрішньому ринку;

- можливість зниження ризику втрати доходу за рахунок зменшення залежності від внутрішнього ринку і розсіювання його шляхом завоювання іноземних ринків, в тому числі вирішення проблеми залежності фірми від сезонних коливань, попиту на внутрішньому ринку;

- пошук унікальних ресурсів;

- вигідне географічне положення;

- можливість отримання більшого прибутку від кращого використання виробничих потужностей;

- отримання доступу до новітніх технологій завдяки діяльності з іноземними партнерами;

- зростаючий попит потенційних зарубіжних клієнтів;

-можливість придбання на закордонних ринках більш дешевих ресурсів, диверсифікація джерел постачання, зниження загального ризику шляхом їх віднесення на більший обсяг продукції, частина з яких виготовляється на власних зарубіжних фірмах. [62, с. 86]

1.2. Нормативно-правове регулювання здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб’єктів господарювання.

Головною метою державного втручання у зовнішньоекономічну сферу є забезпечення сприятливих зовнішніх умов економічного розвитку. Основне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності як розвинених країн, так і країн з ринковою економікою полягає у впливі держави, її законодавчих і виконавчих органів на сферу зовнішньоекономічної діяльності з метою створення або забезпечення умов діяльності суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності (далі – ЗЕД) відповідно до національної економічної політики. Серед конкретних завдань державного механізму регулювання, можна назвати: створення ефективної юридичної основи та організаційної структури для зовнішньоекономічної діяльності, підтримку прийнятного стану торговельного і платіжного балансів країни, також підтримання стабільного курсу національної валюти, запобігання небажаних перешкод нормальному здійсненню зовнішньоекономічних операції, своєчасне залагоджування торгових конфліктів з основними партнерами, надання необхідних гарантій учасникам зовнішньоекономічної діяльності[53, с. 130]

Україна самостійно утворює систему та структуру державного регулювання ЗЕД на її території. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб’єктів господарювання спрямоване на таке:

‒ захист економічних інтересів України та законних інтересів суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності;

‒ створення рівних можливостей для суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності розвивати всі види підприємницької діяльності незалежно від форм власності та всі напрями використання доходів і здійснення інвестицій;

‒ заохочення конкуренції щодо ліквідації монополізму у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Держава та її органи відповідно до законодавства не мають права безпосередньо втручатися в зовнішньоекономічну діяльність суб’єктів господарювання, за винятком випадків, коли таке втручання здійснюється згідно із законами України.

Суб’єктами регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні виступають:

– Україна як держава в особі її органів, посадових і службових осіб у межах їхньої компетенції;

– недержавні органи управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами, торговельними палатами, асоціаціями, спілками та іншими організаціями координаційного типу), що діють на підставі їхніх статутних документів;

– самі суб’єкти зовнішньоекономічної діяльності на підставі відповідних координаційних угод, що укладаються між ними.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відбувається шляхом:

– прийняття законів, що встановлюють, змінюють або ж зупиняють функціонування тих чи інших відносин у цій сфері;

– передбачення в законах України нормативно-правових актів тарифного та нетарифного регулювання, які приймають державними органами України в межах їхньої компетенції;

– застосування економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного та іншого) в межах законів України;

– винесення рішень недержавних органів управління економікою, які приймаються за їхніми статутними документами в межах законів України;

– укладання угод, що складаються між суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності та які не суперечать законам України.

Загалом система регулювання зовнішньоекономічної діяльності функціонує на п'яти рівнях:

- мікрорівень - рівень суб'єктів господарювання як юридичних, так і фізичних осіб - це підприємства, фірми, організації, які експортують чи імпортують товари, предмети, послуги;

- мезорівень - рівень різного виду національних галузевих і регіональних об'єднань. Це, насамперед, міністерства і відомства, які безпосередньо здійснюють регулювання зовнішньоекономічних, а також міністерства та відомства, які відіграють досить активну роль, особливо, що стосується питань тарифного регулювання експорту чи імпорту;

- макрорівень — рівень держави. Основними суб'єктами цього рівня є, безперечно, уряд країни та парламент;

- метарівень — становлення митно-тарифних пріоритетів у процесі міжнародної регіональної інтеграції. Особливо це стосується співпраці митних органів на стадії створення і розвитку митних союзів.

- мегарівень — рівень міжнародних об'єднань, організацій. Це, насамперед, Генеральна асоціація з тарифів і торгівлі (ГАТТ), Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародна торгова палата, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Рада митного співробітництва.

Регулювання діяльності суб’єктів діяльності здійснюється безпосередньо за допомогою законів України, актів тарифного та нетарифного регулювання, економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансових, кредитних та ін.), рішень недержавних органів управління економікою, які ухвалюються відповідно до їхніх статутних документів, договорів, що укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності. [48, с. 91]

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою: законів України; передбачених в законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, які видаються державними органами України в межах їх компетенції; економічних заходів оперативного регулювання (валютнофінансового, кредитного та іншого) в межах законів України; рішень недержавних органів правління економікою, які приймаються за їх статутними документами в межах законів України; угод, що укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і які не суперечать законам України. Тобто, держаний вплив на економічну ситуацію в країні та на стан зовнішньої торгівлі здійснюється як заходами митно-тарифного регулювання, так і способами непрямого впливу на експортно-імпортні операції: економічні, адміністративні, правові, які отримали назву нетарифних методів регулювання зовнішньої торгівлі [63, с 504]:

- *митне регулювання* (Митний Кодекс України, Закон України 05.04.2001 № 2371-III ―Про митний тариф України‖ тощо);

- *валютне регулювання* (Декрет Кабінету Міністрів України від 19.02.1993 №15-93 Про систему валютного регулювання і валютного контролю, Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» тощо);

- *ліцензування та квотування зовнішньоекономічних операцій* (ст. 16 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», Указ президента України від 10.02.1996 року №124/96 «Про заходи з удосконалення конюктурно-цінової політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності»;

- *введення спеціальних економічних зон* (ст. 24 Закону "Про зовнішньоекономічну діяльність", Наказ Президента України від 17.11.95 року №1062/95 «Про заходи по проведенню експерименту у північно-кримській економічній зоні Сиваш» тощо);

- застосування спеціальних санкцій за порушення зовнішньоекономічної діяльності (ст.. 32-37 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», розд. ХVІІІ Митного Кодексу, ст.. 4 Закону України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» тощо).

Регулюванню зовнішньоекономічної діяльності , у тому числі іноземних інвестицій, присвячено розділ VІІ Господарського кодексу. Зовнішньоекономічна діяльність формується тут як господарська діяльність, яка в процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном та/або робочою силою. Одже, поняття зовнішньоекономічної діяльності у Господарському Кодексі описує зміст діяльності [17]

Зовнішньоекономічна діяльність має визначення у спеціальному Законі від 16.04.1991 р. «Про зовнішньоекономічну діяльність» – «діяльність суб’єктів господарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами». [24]

Митно-тарифне регулювання – це найважливіший механізм державного регулювання ЗЕД. Митні відносини істотно впливають на характер міжнародних економічних відносин, а митна політика є могутнім інструментом регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підтримки балансу інтересів країн світової спільноти. Система правового регулювання митно-тарифних відносин створює правове поле, що дозволяє або, навпаки, перешкоджає реалізації економічних інтересів суб'єктів господарювання у сфері міжнародних економічних відносин.

Найважливішим елементом який носить регулятивний характери і впливає на діяльність суб’єкта господарювання є зовнішньоекономічний договір. Формі та змісту зовнішньоекономічного договору надається досить велике значення, зважаючи на чинне законодавство України. Сьогодні розроблено та затверджено наказ Міністерства економічного розвитку і європейської інтеграції України від 6 вересня 2001 р. № 201 «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» [18].

Зовнішньоекономічний договір підлягає обов’язковій реєстрації в Міністерстві економічного розвитку України. Цей Порядок розроблений згідно з «Положенням про реєстрацію окремих видів зовнішньоекономічних договорів (контрактів)», затвердженим Указом Президента України від 7 листопада 1994 р. № 659/94 [22].

Державній реєстрації підлягають зовнішньоекономічні договори (контракти), укладені суб’єктами ЗЕД всіх форм власності, предметом яких є товари, зазначені в переліках, що затверджуються в установленому порядку Мінекономрозвитку.

Для реєстрації зовнішньоекономічного договору (контракту) суб’єкт ЗЕД, який є стороною контракту, подає такі документи: інформаційну картку зовнішньоекономічного договору (контракту) за формою, що встановлює Міністерство економічного розвитку і торгівлі України; оригінал договору та його копію, завірену в установленому порядку керівником суб’єкта ЗЕД (якщо зовнішньоекономічний договір (контракт) підписаний фізичною особою, його копія засвідчується в установленому порядку); документ про оплату послуг за реєстрацію. Відповідальність за достовірність інформації, що наводиться в документах, поданих для реєстрації, несе керівник суб’єкта ЗЕД або фізична особа, яка є таким суб’єктом.

 Інформація, наведена в документах, що подаються для реєстрації договору (контракту), не підлягає розголошенню. Розголошення такої інформації несе за собою відповідальність згідно з чинним законодавством України. Картка реєстрації-обліку зовнішньоекономічного договору є документом, що підтверджує реєстрацію зовнішньоекономічного договору (контракту).

Зовнішньоекономічний договір має деякі функції, а саме: ініціативну, програмно-координаційну, інформаційну, гарантійну, правозахисну, правового забезпечення економічних потреб, правового забезпечення реалізації державних замовлень. Щоб зовнішньоекономічний договір мав належну юридичну силу, він повинен відповідати ряду умов. Їх називають умовами дійсності угод. До них належать такі умови: про форму, про сторони, про зміст угоди, про відповідність (єдність) внутрішньої волі та волевиявлення сторін, про відповідальність сторін. Договір, укладений із порушенням зазначених умов, визнається законодавством недійсним.

У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» підкреслюється, що договір (контракт) може бути визнано недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідав вимогам законів України або міжнародних договорів України.

У міжнародній практиці часто угоди укладаються в усній формі – по телефону, на аукціонах, на біржах. Однак усна домовленість згодом обов’язково підтверджується письмовим контрактом, що засвідчують підписом усі сторони. Обов’язки сторін з’являються з моменту підписання договору (контракту).

Зовнішньоекономічний договір є основою зовнішньоекономічної діяльності, це основний юридичний акт, з якого виникають зобов’язальні правовідносини. На відміну від звичайного договору, зовнішньоекономічний повинен бути обов’язково оформлений письмово, підписаний двома особами з обов’язковою реєстрацією у Мінекономрозвитку.

 Він має два види оферти – тверда оферта та вільна оферта. Як показує практика, неодноразово оферта має на меті не здійснення фактичного продажу товару, а здійснення для негласного розподілу ринків між членами монополістичних об’єднань та інших правопорушень.

Контроль за суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності, які у процесі регулювання ЗЕД здійснюють контрольні повноваження, проводять органи державної фіскальної служби України, органи аудиторської служби, інші правоохоронні органи, а також спеціально уповноважений орган виконавчої влади у сфері регулювання ринків фінансових послуг .

У межах виконуваних контрольних функцій щодо ведення суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності контролюючі органи перевіряють, як суб’єкти ЗЕД ведуть бухгалтерський та оперативний облік зовнішньоекономічних операцій, а також статистичну звітність, яку надсилають органам Державної статистики України. У процесі реалізації зовнішньоекономічної діяльності суб’єкти ЗЕД в галузі обліку та звітності, а також комерційної таємниці виконують вимоги чинного законодавства України. Для ведення бухгалтерського обліку зовнішньоекономічних операцій суб’єкти ЗЕД використовують план рахунків та інструкцію щодо його застосування, що діють на території України, та відповідні зміни й доповнення, які відображають специфіку зовнішньоекономічної діяльності. Причому суб’єкти зовнішньоекономічної діяльності самостійно визначають порядок аналітичного обліку вказаної діяльності.

1.3. Специфіка зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств України.

Зовнішньоекономічна діяльність аграрних підприємств є важливим фактором розвитку країни. Україна має достатньо великий товарний експортний потенціал у сфері агропромислового комплексу. Активна та своєчасна участь аграрних підприємств у міжнародній торгівлі є головним напрямком на шляху інтеграції країни до світового господарства, яка в подальшому позитивно вплине на економіку країни в цілому. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС дає можливість аграрним під підприємствам розвивати свою підприємницьку діяльність, збільшити свій прибуток експортуючи товарну продукцію рослинництва та тваринництва в країни ЄС.

В 2022 році експортна виручка від продукції агропромислового комплексу становитиме близько 23,3 млрд USD, що на 16% менше аналогічного показника минулого року.

Найбільш експортованими товарами серед секторів залишається агро- та харчова продукція, що становить 53% від загального експорту товарів у 2022 році. Також значні обсяги експорту становлять метали — 13,6%. Третім був сектор мінеральних продуктів — 9,8%. Найбільш постраждалими секторами є металургія (-62,5%), хімія (-54,3%), мінерали (-48,6%) та папір (-48%).

У 2022 році Україна експортувала послуги на суму 9,2 млрд доларів США, що на 28,3% менше, ніж у 2021 році. Найбільш експортованими видами послуг у 2022 році були послуги у сфері телекомунікації, комп’ютерні та інформаційні (40,5% від усіх експортованих послуг, або 3,7 млрд дол. США), транспортні послуги (32,3%, або 3 млрд дол. США) та ділові послуги (11,2%, або 1 млрд дол. США).



Рис. 1.1 Структура експорту України в 2022 році, млн. дол. США[34]

Єдиною категорією, яка продемонструвала зростання у 2022 році, є послуги, пов’язані з фінансовою діяльністю (+76,7%). Тоді як найбільш постраждали державні та урядові послуги (-86,7%), послуги зі страхування (-81,7%), послуги з ремонту та технічного обслуговування (-57,1%), послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги (-56,4%).

За результатами складного 2022 року Україна експортувала свої товари та послуги до 233 країн та територій світу. Основними країнами-партнерами України є Польща, Румунія, Туреччина, Китай, Угорщина та Німеччина.

Основними регіонами-експортерами у 2022 році стали Київ (27,1% від експорту України дав саме цей регіон), Дніпропетровська (12%), Львівська (7,2%), Одеська (5,6%) та Запорізька (5,5%) області. [66]

Проведені дослідження свідчать, що основою зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств України є експорт сільськогосподарської продукції переважно рослинного спрямування

У таблиці 1.2 відображено динаміку експорту з України зернових, зернобобових культур та борошна. За даними таблиці 1.2 можна побачити, що експорт з України деяких зернових, зернобобових культур та борошна збільшився у 2021–2022 роках в порівняні із 2020–2021 роках, зокрема: експорт пшениці збільшився на 2544 тис. т, ячменю – 1533 тис. т, жита – 155,4 тис. т, кукурудзи – 796 тис. т, а також іншого борошна – 0,5 тис. т. [72]

Проте спостерігається і динаміка зменшення експорту пшеничного борошна на 41,2 тис. т, що є негативним результатом для більшості аграрних підприємств. Основні обсяги екс порту зернових культур після вторгнення Російської Федерації в Україну значно призупинилися, адже експорт близько 95% здійснювався через порти Миколаєва та через порти Південної Одеси, Чорноморська, інших 5% припадало на Маріуполь та Бердянськ. Сьогодні в більшості експорт ячменю та кукурудзи здійснюється саме залізничним транспортом, але деяка частина зернових культур досі змушена зберігатися на елеваторах в Україні.

Таблиця 1.2

Експорт з України зернових, зернобобових культур та борошна, тис. т. [76]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Роки | Відхилення (-/+) |
| 2020­2021 рр. | в тому числі: у червні | 2021­2022 рр. | в тому числі: у червні | 2021­2022 рр. до 2020­2021 рр. | в тому числі: у червні |
| Зернові та зернобобові, всього | 42461 | 301 | 47105 | 75 | 4644 | -226 |
| Пшениця | 16029 | 52 | 18573 | 3 | 2544 | -49 |
| Ячмінь | 4146 | 0 | 5679 | 0 | 1533 | 0 |
| Жито | 6,5 | 2,2 | 161,9 | 0 | 155,4 | -2,2 |
| Кукурудза | 21588 | 245 | 22384 | 71 | 796 | -174 |
| Борошно пшеничне | 111,0 | 0,6 | 69,8 | 0,1 | -41,2 | -0,5 |
| Борошно інше | 1,1 | 0 | 1,6 | 0 | 0,5 | 0 |
| Борошно разом | 112,1 | 0,6 | 71,4 | 0,1 | -40,7 | -0,5 |
| Експорт разом (зерно + борошно) | 42610 | 302 | 47200 | 75 | 4590 | -227 |

Покращення економічної ситуації в країні відбудеться за рахунок експорту пшениці, кукурудзи та ячменю, що мають найбільшу частку у експорті за 2021 рік (табл. 1.3)

Таблиця 1.3

Зернові культури, які найбільше були експортовані у 2021 році [76]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Код УКТЗЕД | Позиція | млрд дол. | ТОП-3 країн-партнерів |
| 1 | 1005 | Кукурудза | 5,89 | Китай, Іспанія, Нідерланди |
| 2 | 1001 | Пшениця | 5,07 | Єгипет, Індонезія Туреччина |
| 3 | 1003 | Ячмінь | 1,28 | Китай, Туреччина, Саудівська Аравія |

Суттєво постраждала тваринницька галузь України. За даними Мінагрополітики, через військові дії в 2022 році втрачено 15–20 % поголів’я великої рогатої худоби, свиней і птиці. Найбільше постраждали господарства Чернігівської, Харківської, Сумської, Київської, Донецької, Луганської, Миколаївської, Херсонської, Запорізької областей, де на початку 2022 р. було сконцентровано за всіма категоріями господарств: поголів’я ВРХ – 25,3 %, корів – 25,8 %, свиней – 31,5 %, овець та кіз – 28,2 %, птиці – 24,9 %. Виробництво продукції тваринництва у зазначених областях становило: м’яса – 20 %, молока – 28,7 %, яєць – 44,8 %[5].Все це вплинуло на експортні можливості щодо продукції тваринництва

Тваринництво здатне забезпечити дієвий перехід від експорту сировини до експорту готової продукції з доданою вартістю, що наразі є однією з актуальних задач програми переформатування зовнішньоекономічного вектору розвитку АПК України. Продукція тваринництва має досить значний потенціал із нарощування експорту. А одними з потужних драйверів такого розвитку можуть стати невеликі регіональні виробники. Останніми роками через низку макро- та мікроекономічних чинників ринкова частка їхньої продукції скоротилася, і на полицях магазинів стали домінувати вертикально інтегровані холдинги та європейський імпорт – зокрема молокопродукти та м’ясна продукція.

Таблиця 1.4

Експортна та імпортна структура продукції тваринництва України[76]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД | Експорт  | Імпорт  |
| тис.дол. США  | у % до 2021  | у % до загального обсягу  | тис.дол. США  | у % до 2021  | у % до загального обсягу  |
| **Усього**  | **44135592,5** | **64,8** | **100,0** | **55295748,4** | **75,9** | **100,0** |
| у тому числі |   |   |   |   |   |   |
| I. Живі тварини; продукти тваринного походження  | 1471818,7 | 109,4 | 3,3 | 1175217,1 | 73,7 | 2,1 |
| 01 живі тварини | 38828,8 | 95,0 | 0,1 | 62577,5 | 68,5 | 0,1 |
| 02 м’ясо та їстівні субпродукти | 923757,5 | 109,2 | 2,1 | 209944,3 | 97,9 | 0,4 |
| 03 риба i ракоподібні | 42356,3 | 74,1 | 0,1 | 627489,9 | 71,7 | 1,1 |
| 04 молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед | 452080,0 | 119,4 | 1,0 | 248225,9 | 64,6 | 0,4 |
| 05 інші продукти тваринного походження | 14796,1 | 64,1 | 0,0 | 26979,5 | 94,6 | 0,0 |

Також необхідно відмітити, що Україна в 2021/2022 МР ввійшла в ТОП-5 експортерів меду в світі. На першому місці серед експортерів натурального меду на світовому ринку — Китай. У ТОП-5 також потрапили Аргентина, Індія та В'єтнам. Найбільше меду вітчизняні аграрії експортують до країн ЄС (Польщі та Німеччини), а також США та Японії [53],

За даними Міністерства сільського господарства США, останні 3 роки Україна збільшує обсяги експорту курятини, залишаючись у п'ятірці світових постачальників м'яса птиці. У 2022 році українські виробники розділять 5-те місце з Китаєм, який експортує майже півмільйона тонн курятини. За даними прогнозу американського відомства, у 2022 році Україна експортує 440 тисяч тонн курятини. Це на 10 тисяч тонн більше, ніж у 2021 році. Серед найбільших експортерів м'яса птиці, згідно з даними американців, Україна зараз займає 5-е місце. Україна в 2021/2022 МР посіла шосте місце в рейтингу світових постачальників курятини. Відзначається, що світовим лідером з експорту курятини є Бразилія.

Разом з тим аграрний сектор економіки при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності має ряд проблем які прямо випливають на його функціонування:

1.Заблокований експорт через закриті українські порти. Сухопутний та річковий експорт у країни ЄС становить менше 20% спроможності українських портів і менше 35% від мінімально необхідного темпу місячного експорту, зазначають в Українському клубі аграрного бізнесу.

2. Більшість перевізників мають замовлення і завантаженість на кілька місяців уперед. Попит дуже високий. Бізнес багато часу приділяє пошуку нових логістичних можливостей.

3. Дефіцит дизпального та його ціна. Агропідприємства провели сівбу, використовуючи запаси і часткові поставки з ЄС. Наразі пального ще менше, його ціна зросла більш ніж у 1,5 разу.

4. На окупованих територіях та в районах активних бойових дій окупанти масово знищують активи та сільгосптехніку. Значні площі сільськогосподарських земель заміновані.

Висновки до розділу 1

Зовнішньоекономічна діяльність є одним із найважливіших напря­мів розвитку підприємництва. Завдяки їй забезпечується покриття по­треб країн світового співтовариства у сировині, матеріалах, паливі, енергоносіях, машинах, обладнанні та устаткуванні, товарах широкого вжитку, послугах. Разом з тим ЗЕД с суттєвим джерелом валютних надходжень до державного бюджету. В умовах ринкової економіки ЗЕД виступає невід’ємним напрямом підприємництва багатьох вели­ких, середніх ти малих фірм, які функціонують у промисловості, сіль­ському господарстві, будівництві, зв’язку, на транспорті, у фінансовій сфері тощо

Втручання держави у сферу зовнішньоекономічної діяльності підприємства, якщо це не передбачено нормативно-правовими актами України, є заборонене. Але необхідність державного регулювання ЗЕД продиктована багатьма чинниками, зокрема вчинення протиправних дій і можливість отримання незаконної вигоди від фіктивних договорів тощо. Встановлення чітких правил щодо здійснення ЗЕД суб’єктами господарювання, нагляд за ними з боку органів державної влади та контролюючих органів допомагає уникнути правопорушень і здійснювати прозору підприємницьку діяльність. В процесі зовнішньоекономічної діяльності відбувається узгодження інтересів її суб'єктів на всіх рівнях.

Україна є одним із гарантів продовольчої безпеки в світі завдяки традиційно потужному продовольчому експорту. Війна РФ проти України є головною причиною глобальної продовольчої кризи, яка може принести серйозні політичні та економічні наслідки. Україна є одним із провідних світових виробників та експортерів сільськогосподарської продукції та відіграє вирішальну роль у цьому постачання олійних культур та зерна на світовий ринок. Україна – велика аграрна країна, яка експортує значну кількість сільськогосподарської продукції. Український аграрний сектор є невід’ємною частиною глобальної економіки.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІННИЦЬКА ПТАХОФАБРИКА» АГРОХОЛДИНГУ ПрАТ «МХП»

2.1. Організаційно-економічна характеристика та умови здійснення господарської діяльності підприємства

Підприємство ТОВ «ВІННИЦЬКА ПТАХОФАБРИКА» ПрАТ «МХП» входить до складу вертикально інтегрованого холдингу група компаній «Миронівський хлібопродукт».

ТОВ «Вінницька птахофабрика» – одне з найбільших в Україні та Європі, оснащене сучасним обладнанням з використанням новітніх технологій. До складу підприємства входять Філія «Переробний комплекс» та Філія «Птахокомплекс». ТОВ «Вінницька птахофабрика» виробляє один з найпопулярніших брендів на ринку курячого м’яса України – ТМ «Наша Ряба». Виробничі потужності компанії: [51]

ТОВ «Вінницька птахофабрика» Рік заснування: 2011 р. Розташування : Вінницька область, м. Ладижин, вул. Хлібозаводська, 14.

Основними видами діяльності ТОВ «ВІННИЦЬКА ПТАХОФАБРИКА» ПрАТ «МХП» є:

 – 01.11 Вирощування зернових культур (крiм рису), бобових культур i насіння олійних культур;

– 01.47 Розведення свійської птиці;

 – 10.12 Виробництво м'яса свійської птиці;

– 35.11 Виробництво електроенергії;

– 35.14 Торгівля електроенергією;

– 35.21 Виробництво газу;

– 47.22 Роздрібна торгівля м'ясом і м'ясними продуктами в спеціалізованих магазинах.

Щоб випускати високоякісну та безпечну продукцію, на підприємстві контролюються всі етапи виробництва - від надходження яйця до отримання готової продукції, а також використовуються найсучасніші технології.

Після введення комплексу в експлуатацію в 2012 р. вже в 2014 р. підприємство вийшло на 100% виробничої потужності на двох існуючих технологічних лініях.

У 2018 р. потужність підприємства було збільшено завдяки введенню в експлуатацію третьої технологічної лінії виробництва. В 2012 р. при експлуатації першої технологічної лінії виробництва, проектна потужність якої складала 11,5 тис. голів/год, за рік було виготовлено близько 20 тис. т продукції.

Станом на початок 2023 р. підприємство виробляє близько 31,2 тис. т готової продукції щомісячно, або 374,4 тис. т. на рік.

Продукція фабрики успішно реалізується на ринках не лише України, а й більш ніж 70 країн, серед яких 36 країн Європи. Випуск продукції здійснюється під торговими марками «*Наша Ряба», «Qualiko», «UkrainianChicken», «AlHassanat», «Вінницькі курчата», «Sultanah», «Assilah».*

Операційна діяльність ТОВ «ВІННИЦЬКА ПТАХОФАБРИКА» ПрАТ «МХП» характеризується наступними показниками:

Філія «Птахокомплекс» ТОВ «Вінницька птахофабрика» станом на 2023 рік:

– інкубаторій (потужність – 75 млн яєць/рік; вивід, % – 80,71 %; інкубовано яєць (шт) – 41 млн яєць/рік);

– 3 відділення - 16 дільниць з вирощування птиці - 38 пташників на кожній дільниці - поголів’я в 1 пташнику – 54 тис. голів;

 – транспортна служба, розташована на території Ладижинської міської ради.

– водофільтрувальна станція, розташована на території Заозерненської сільської ради.

ТОВ «Вінницька птахофабрика» станом на 2023 рік має в наявності:

– 3 виробничі лінії потужністю 13 500 гол./год кожна;

– загальна виробнича потужність комплексу – 40 500 гол./год.;

– потужність виробництва м’ясних виробів на 1 лінії в середньому досягала 30 т/год.;

– середній обсяг виробництва м’ясних виробів – 811 т/день, 24 654 т/місяць.;

– фактичний обсяг виробництва м’ясних виробів – 295 842 т/рік;

Також ТОВ «ВІННИЦЬКА ПТАХОФАБРИКА» ПрАТ «МХП» належать очисні споруди та комплекс з виробництва біогазу проектна потужність якого становить 20 МВт, наразі він функціонує не на повну потужність, через нестачу сировини, тому наразі його потужність складає 12 МВт.

Наявність власної біогазової установки є суттєвим надбанням та цінним активом підприємства. За допомогою біогазової установки можна переробляти відходи тваринництва, сільського господарства з отриманням цінного продукту – біогазу

На підприємстві впроваджено інтегровану систему управління сільськогосподарським виробництвом *GlobalG.A.P.,* яка охоплює процеси вирощування птиці від отримання яйця до транспортування птиці на забій. Вимоги стандарту ґрунтуються на належній сільськогосподарській практиці (*GAP – Good Agricultural Practice),* системі аналізу ризиків та критичних точок контролю (Система НАССР), охороні навколишнього середовища, здоров’ї та добробуті працівників, благополуччі тварин.

Щорічно на сертифікаційному аудиті від третьої незалежної сторони міжнародного сертифікаційного органу SGS Україна підприємство підтверджує відповідність вимогам стандарту BRC Food Safety, що базується на основних принципах НАССР, а також належній виробничій практиці/GMP.

Основний виробничий напрямок підприємства – вирощування курчатбройлерів та переробка м’яса птиці. ТОВ «Вінницька птахофабрика» має три філії – «Птахокомплекс», «Переробний комплекс» та «Внутрішньогосподарський комплекс з виробництва кормів».

Філія «Птахокомплекс» спеціалізується на вирощуванні курчат-бройлерів і налічує 15 виробничих зон вирощування по 38 пташників на кожній дільниці, які розміщені у Тульчинському та Тростянецькому районах Вінницької області (рис. 3, 4). Об’єми посадки на одній зоні вирощування – понад 1,550 млн. голів птиці. Збереженість поголів’я становить в середньому 97%.

До складу птахофабрики входить також інкубаторна станція, яка забезпечує потреби у добовому молодняку і розрахована на 128 інкубаційних та 112 вивідних шаф. Комбікормами птахофабрику забезпечує Внутрішньогосподарський комплекс з виробництва кормів, що входить до її складу. При потужності виробництва 90 тон комбікормів на годину. Кількість працюючих на підприємстві з виробництва кормів складає 54 особи. Переробку продукції здійснює філія «Переробний комплекс», який спеціалізується на переробці курчат-бройлерів. Планова виробнича потужність складає близько 220 тис. тон м’яса птиці на рік (рис. 5).

Потужності «Переробного комплексу» здатні переробляти до півтора мільйона кілограм м`яса за добу: шість ліній по 12 тисяч голів за годину. Основні технологічні операції здійснюються за наступними напрямками:

- забій і первинна переробка птиці;

- виробництво напівфабрикатів з м`яса птиці;

 - пакування охолодженої продукції; - зберігання охолодженої продукції;

- заморожування та зберігання замороженої продукції;

- виробництво збагачувачів кормів тваринного походження.

Підприємство розташовано на відстані 120 км від обласного центру м. Вінниця. Територія, на якій розміщене дане господарство, має переважно рівний рельєф. Ґрунти – переважно чорноземи. Клімат – помірний. Загальна корисна площа підприємства складає 427 тис. м2 .

Спосіб утримання птиці залежить від природних умов, системи ведення та спеціалізації господарства. На підприємстві практикують підлогове утримання. При підлоговому утриманні курчата-бройлери перебувають у пташнику без вигулів. Підстилку у пташнику не змінюють протягом одного туру, що полегшує процес прибирання посліду.

Суха підстилка створює добрі гігієнічні умови і птиця знаходиться на більш теплій підлозі, що важливо за умов тривалої холодної зими. Птахофабрика з виробництва м’яса птиці працює за замкнутим циклом.

При виробництві м’яса птиці розрізняють такі цехи: бройлерний, інкубації, батьківського стада, ремонтного молодняку. Вихідні дані підприємства за підсумками 2022 року:

- потужність птахофабрики – 440 тис. тон м’яса птиці в рік;

- жива маса курчат-бройлерів в кінці періоду вирощування – 2,32 кг;

- термін вирощування бройлерів – 6 тижнів.

- збереження молодняку – 97%;

 - виведення молодняку – 85%;

- несучість 1 курки батьківського стада – 160 штук;

- вихід інкубаційних яєць – 70%; -

 бракування курок батьківського стада – 30%;

- бракування молодняку – 35%.

ТОВ «Вінницька птахофабрика» - це складний комплекс, який складається із багатьох філій, що розкидані у декількох населених пунктах. Спеціалізація підприємства - вирощування курчат-бройлерів з організацією їх подальшої переробки. Зокрема, у філії «Птахокомплекс» вирощуються курчата-бройлери. Цей комплекс має 15 зон вирощування птиці по 38 пташників на кожній зоні. На кожній зоні вирощування середня кількість посадки птиці становить понад 1,5 млн. голів.

Птахофабрика з вирощування курчат-бройлерів працює у замкнутому циклі, а тому до її складу входять інкубаторна станція, комплекс з переробки птиці, а також внутрішньогосподарський комплекс з виробництва комбікормів. На підприємстві для виробництва м’яса птиці використовують бройлерів двох основних кросів, а саме – Росс-308 та Кобб-500. Бройлери кросу Росс-308мають просто унікальний потенціал: приріст за добу в межах від 52 до 58 грам. Вони мають потужну м'язову масу, яка формується вже у ранньому віці.

Підприємство обслуговує транспортна служба, автопарк якої налічує близько 160 одиниць нової автотехніки. Вінницька птахофабрика повністю автоматизована та оснащена найсучаснішим обладнанням. Також на підприємстві впроваджені новітні енергозберігаючі технології.

Динаміка розвитку ТОВ «Вінницька птахофабрика» передбачає постійну оптимізацію усіх видів процесів та дедалі більшу екологічну безпечність її виробництва. Всі технологічні процеси на ТОВ «Вінницька птахофабрика» виконуються відповідно до технічних умов з виробництва м’яса птиці та згідно із законодавством України і європейськими стандартами якості та безпечності харчових продуктів. Запроваджено абсолютно нові технології: цілковита автоматизація та комп’ютеризація виробництва.

Для годівлі птиці використовуються високоякісні корми власного виробництва та вирощування, кожен крок відстежується та контролюється. При дотриманні всіх вищезгаданих технологічних процесів рівень екологічного ризику для довкілля та безпеки життєдіяльності населення відсутній, на підприємстві вжиті комплексні заходи щодо забезпечення нормативного стану навколишнього середовища та захисту від можливих 31 аварійних ситуацій», — так зокрема характеризується ТОВ «Вінницька птахофабрика» у спеціалізованому виданні. Вінницька птахофабрика компанії «Миронівський хлібопродукт» (МХП) 7 листопада 2014 отримала дозвіл на експорт курятини в країни Європейського Союзу. ТОВ "Вінницька птахофабрика" у місті Ладижин стала кращим екологічно відповідальним підприємством у рамках загальноукраїнського проекту "Екологія, довкілля та природокористування в Україні - 2013"

Розглянемо та проаналізуємо основні показники діяльності підприємства . Чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 14,77% у 2021 році відповідно до 2020 року, а також на 18,17% у 2022 році до 2021 року, але також, можемо спостерігати збільшення собівартості реалізованої продукції, що обумовлено збільшенням обсягів реалізації продукції

Таблиця 2.1.

Основні показники операційної діяльності підприємства ТОВ «Вінницька птахофабрика» у 2020-2022 роки, тис.грн [51]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники | Період | Темп,% |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021/2020 | 2022/2021 |
| Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн | 9 450 423 | 10 846 145 | 12 816 489 | 14,77 | 18,17 |
| Собівартість реалізованої продукції, тис. грн | 6 294 759 | 7 612 341 | 9 247 531 | 20,93 | 21,48 |
| Прибуток від операційної діяльності, тис. грн | 2 551 992 | 1 893 633 | 2 933 461 | -25,8 | 54,91 |
| Чистий прибуток, тис.грн | 2 326 893 | 1 567 984 | 2 517 233 | -32,61 | 60,54 |

 2517233 тис. грн. чистого прибутку, що є позитивним результатом, якщо порівнювати із аналогічним періодом 2021 року, то спостерігається зростання прибутку на 60,54%. Далі проведемо аналіз основних фінансових результатів діяльності підприємства ТОВ «Вінницька птахофабрика»

Таблиця 2.2.

Основні фінансові показники діяльності ТОВ «Вінницька птахофабрика» ПрАТ «МХП» за 2020-2022 рр, тис. грн. [51]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники | Період | Темп приросту, % |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021/2020 | 2022/2021 |
| Валовий прибуток | 3 155 664 | 3 233 804 | 3 568 958 | 102,5 | 110,4 |
| Чистий прибуток | 2 326 893 | 1 567 984 | 2 517 233 | 67,4 | 160,5 |
| Нерозподілений прибуток | 3 007 668 | 2 802 347 | 2 100 000 | 93,2 | 74,9 |
| Середньорічна вартість активів | 10 036 231 | 13 560 171 | 19 046 950 | 135,1 | 140,5 |
| Середньорічна вартість основних засобів | 432 046 | 4 181 779 | 9 501 192 | 967,9 | 227,2 |
| Середньорічна вартість власного капіталу | 3 112563 | 4 472 008 | 5 965 174 | 143,7 | 133,4 |

З таблиці 2.2 , можемо спостерігати, що всі показники, за виключенням чистого прибутку у 2021 році, що обумовлений великою кількістю виробничого браку продукції. В цілому, показники мають впевнену тенденцію до зростання, що характеризує позитивну динаміку для підприємства. Валовий прибуток ТОВ «Вінницька птахофабрика» збільшився у 2022 році порівняно з 2020 р. на 413 294 тис. грн., що приблизно на 13%, що є позитивним фактором для розвитку підприємства.

Здійснимо оцінку ліквідності та платоспроможності. Коефіцієнти ліквідності показують здатність підприємства вчасно виконувати свої поточні (короткострокові) зобов'язання, мобілізувавши ліквідні активи у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «Вінницька птахофабрика» ПрАТ «МХП» за 2020 - 2022 рр., тис.грн.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | Період | Абсолютне відхилення | Оптима­льний рівень |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021/2020 | 2022/2021 |
| Коефіцієнт покриття | 1,6406 | 1,6847 | 1,283 | 0,0441 | -0,4017 | 1,0 - 3,0 |
| Коефіцієнт швидкої ліквідності | 1,4415 | 1,4166 | 1,0915 | -0,0249 | -0,3251 | Більше1,0 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,0003 | 0,0415 | 0,0442 | 0,0412 | 0,0027 | Більше0,2 |

Коефіцієнт покриття демонструє, що у 2022 році в компанії було 1,283 грн оборотних коштів на кожну гривню поточних зобов'язань, даний показник є меншим відносно 2020-2021 рр., тому чіткої тенденції до збільшення або зменшення не простежується, але за усі три роки значення цього показника знаходилося в межах оптимального рівня, що свідчить про здатність підприємства відповідати за поточними зобов'язаннями за допомогою оборотних активів.

В свою чергу, коефіцієнт швидкої ліквідності відповідав рекомендованим значенням протягом 2020-2022 рр.: значення коефіцієнту складало відповідно 1,4415; 1,4166 та 1,0915. К

Коефіцієнт абсолютної ліквідності ТОВ «Вінницка птахофабрика» ПрАТ «МХП» є більшим за 1 протягом всього періоду, що також свідчить про здатність підприємства відповідати за свої зобов'язання. Щодо коефіцієнту абсолютної ліквідності, то це індикатор, що характеризує негайну готовність підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість. Протягом усіх трьох досліджуваних років підприємство було не готове до вчасного погашення боргів у випадку, якщо термін платежів настане незабаром, через причину зменшення грошових коштів підприємства щороку.

Загальний підсумок за проведеним аналізом господарсько-економічної діяльності полягає у тому, що протягом 2020-2022 рр. компанія покращила свою господарську діяльність. Про це свідчить підвищення фінансової результативності підприємства протягом досліджуваних років, а також задовільна оцінка фінансових показників організації.

2.2. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Вінницька птахофабрика» ПрАТ «МХП» - це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Вінницька птахофабрика» не є самостійним структурним підрозділом підприємства. Він становить частину апарату управління ПрАТ «МХП». Його головне завдання полягає в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю як елементом єдиної цілісної системи внутрішньо-фірмового управління. Відділ зовнішньоекономічної діяльності не займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами і т. ін. Він створюється, як правило, для планування, організації і координації зовнішньоекономічної діяльності.

Головними завданнями відділу зовнішньоекономічної діяльності Департаменту матеріально-технічного забезпечення ПрАТ «МХП»:

1. Участь у розробці стратегії ЗЕД підприємства.

2. Сприяння розвитку ЗЕЗ з метою прискорення його соціально-економічного розвитку.

3. Управління експортним потенціалом ПрАТ «МХП», постійне його зміцнення й розвиток.

4. Забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами.

5. Вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збирання і накопичення відповідної інформації.

6. Організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності.

7. Здійснення рекламної діяльності в країнах-партнерах.

8. Організація протокольних заходів та ін.

Розглянемо більш детально зовнішньоекономічну діяльність ПрАТ «МХП» в напрямку експорту продукції птахівництва та пов’язаних з ним операції.

Птахівництво та пов’язані з ним операції є найбільш важливим напрямом діяльності для ПрАТ «МХП». Сегмент птахівництва включає 3 бройлерні птахофабрики і 2 птахофабрики з розведення батьківського поголів'я та виробництва інкубаційного яйця. 100% курятини виробляється і переробляється на підприємствах агрохолдингу. ПрАТ «МХП» має багато торгівельних марок у даному сегменті діяльності (див. табл. 2.4).

За даними річного звіту ПрАТ «МХП» за 2023 рік, компанія планує збільшити виробництво курятини до 2025 року до приблизно 800 000 тон на рік. У 2022 році пропозиція підприємством м’яса птиці становила 685542 тони. У порівнянні з 2020 роком, виробнича потужність підприємства у 2022 році збільшилася на 9%. Детально виробничий план ПрАТ «МХП» на виробництво м’яса курятини за 2005-2022 роки продемонстровано у рис. 2.3.

Таблиця 2.4

Торгівельні марки курятини ПрАТ «МХП» [51]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Торгова марка | Логотип | Географія | Специфіка реалізації | Характеристика продукції |
| Наша Ряба | Головна – Наша Ряба | Україна | Охолоджена | Тушка та частини |
| Ukrainian Chicken | ТМ Ukrainian Chicken | Україна | Заморожена | Тушка та частини |
| Qualiko | logo | Експорт(ЕС) | Охолоджена / Заморожена | Тушка та частини |
| Ukrainian Chicken | https://latifundist.com/media/minigallery/o-o-w/00/03/3685/201806061528290176sncpsg10obj01jpgoejpgpfjpg1350nowmjpg1350x-104753.jpg | Експорт (окрім ЕС таАзії) | Заморожена | Тушка та частини |
| Sultanah |  | Експорт (Близький Схід та Північна Африка) | Заморожена | Тушка |
| Al Hassanat | AL Hasanat :: | Експорт (Ірак) | Заморожена | Тушка та частини |
| Bibilo |  | Експорт (Грузія) | Заморожена | Тушка |

Основні показники діяльності пов’язані з виробництвом та реалізацією курятини наведені в таблиці 2.5

Таблиця 2.5

Обсяг виробництва та продажу ПрАТ «МХП» курятини, т. [44]

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Курятина | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Обсяг виробництва | 566600 | 573003 | 566242 | 617943 | 687541 | 702200 | 704222 | 666542 |
| Обсяг продажу: | 537290 | 534356 | 532727 | 593527 | 600254 | 641200 | 645284 | 541320 |
| Внутрішній ринок | 405210 | 344133 | 311743 | 306680 | 341021 | 358495 | 368741 | 348220 |
| Експорт | 132080 | 190223 | 220983 | 286846 | 314202 | 332452 | 345200 | 191130 |

Щодо експорту, то у 2022 році обсяги експорту м'яса птиці склали 191130 тон, що на 40 % менше, ніж в 2021 р (345200 тон), основною причиною є військовий стан та блокування експортних шляхів на ринок СНД (Узбекистан, Грузія, Киргизстан і т.д.), та в результаті девальвації їх національних валют, а також із-за тимчасового припинення поставок в країн и Середньої Азії.

У той же час істотно зріс експорт в довоєнному 2021 році в країни Європейського Союзу - на 5% у порівняні з аналогічним періодом минулого року. Експорт склав 27 285 тон в 17 європейських країн. Зокрема, на цей ринок почався експорт охолодженого м'яса птиці. За 12 місяців 2021 року експорт курятини зріс на 16% в порівнянні з показником 12 місяців 2020 року і склав 345200 тон.

ПрАТ «МХП» продовжує слідувати як стратегії географічної диверсифікації, так і оптимізації асортименту товару, направляючи основні обсяги експорту курятини в країни ЄС, Близького Сходу і Північної Африки. Із загального обсягу продажів курятини експорт за 12 місяців 2021 р склав близько 41% проти 36% за 12 місяців 2020 року. За 2021 рік експортні продажі курятини збільшилися на 30% у порівнянні з аналогічним показником минулого року у зв’язку з слідування підприємства стратегії збільшення експортних продажів в цілому, і викликаних істотним зростанням експортних продажів у другому півріччі 2021 року у таких країнах як, Словаччина, Ірак й Нідерланди. Загальний експорт курятини за 12 міс. 2021 р склав близько 48% проти 41% за 12 міс. 2020 р від загального обсягу продажів курятини.

За річним звітом ПрАТ «МХП» було здійснено експорт продукції курятини у 82 країни світу. 35% від загального обсягу експорту було направлено в ЄС, 34% - Північна Африка та Близький Схід, 15% - СНД, 11% - Африка та 5% - інші території включаючи країни Азії.

Необхідно також відмітити, що крім курятини ПрАТ «МХП» експортує до рядку країни (ЄС та Близький Схід) соняшникову та соєву олію та продукти їх переробки.

У ПрАТ «МХП» крім експорту своєї продукції існує також імпорт. Імпорт підприємства складається в основному з обладнання та запчастин для нього. Основними підприємствами групи ПрАТ «МХП» яким необхідні імпортні запчастини та обладнання є:

1. ТОВ «Вінницька птахофабрика»;

2. ПрАТ «Миронівська птахофабрика»;

3. Дочірнє підприємство «Птахофабрика «Перемога Нова»;

4. ПрАТ «Оріль-Лідер»;

5. ПрАТ «МЗВКК» (Легко)»;

6. ТОВ «Захід-Агро».

Основна частина імпортних запчастин припадає на забійно-переробний комплекс птахофабрик, на яких виробляється продукція ПрАТ Найбільш масові імпортні запчастини поставляються на обладнання, встановлене на наступних лініях на птахофабриці:

 а) лінія забою птахів;

б) лінія для отруєння птахів;

 в) лінія охолодження;

 г) лінія різання

д) лінія перевезення відходів;

е) комплекс вирощування.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності Департаменту матеріально-технічного забезпечення ПрАТ «МХП» здійснює закупівлю імпортних запчастин та обладнання.

У таблиці 2.6 наведені основні групи закупівельних товарів. Дані в таблиці 2.6 свідчать, що основна частина імпортних закупівель припадає на запчастини та обладнання.

Таблиця 2.6

Узагальнюючі результати імпорту здійсненого Департаментом матеріально-технічного забезпечення ПрАТ «МХП» у 2016 – 2018 роках [44]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Група товарів | 2020 р | 2021 р. | 2022 р. |
| тис. євро | % | тис. євро | % | тис. євро | % |
| Запчастини та обладнання | 25700350 | 76,84 | 29942351 | 75,90 | 20133874 | 70,83 |
| Ветеринарні препарати та дезінфікуючі засоби | 5421600 | 16,21 | 6412500 | 16,25 | 5883251 | 20,70 |
| Пакувальні матеріали | 1874544 | 5,60 | 2555422 | 6,48 | 1984665 | 6,98 |
| Харчові добавки | 451300 | 1,35 | 541320 | 1,37 | 425200 | 1,50 |
| Всього | 33447794 | 100,00 | 39451593 | 100,00 | 28426990 | 100,00 |

 До 2022 року спостерігається збільшення виробничих потужностей ПрАТ за рахунок нового обладнання, з таблиці 2.6 видно, що бюджет на обладнання у 2021 році вищий, ніж у 2020 році. Водночас спостерігається збільшення бюджету на придбання у інших груп. Це свідчить про розширення виробничих потужностей та виникнення необхідності використовувати більше матеріалів у виробничому процесі. У 2021 році було закуплено груп товарів більше ніж у 2020 році, на 6003799 тис. євро, або 117,95%. Однією із найголовніших причин цьому є розширення потужносте у 2021 році через введення в дію нової черги на ТОВ «Вінницька птахофабрика». В 2022 році через військовий стан та злам ланцюгів постачання обсяг імпорту скоротився на 11024603 тис. євро, або 28 %

 Географія постачальників необхідної продукції для виробництва ПрАТ «МХП» різноманітна, це як правило країни Європейського Союзу. Існують міцні зв’язки з постачальниками із Європи та Азії, а також з американськими постачальниками.

Незважаючи на досить значний список постачальників перелічених у табл. 2.7, ПрАТ «МХП» здійснює регулярно пошук нових контрагентів, оскільки недостатня виробнича потужність вимагає додаткових матеріальних ресурсів. ПрАТ «МХП» укладає договори в основному на довгострокові періоди, що дозволяє підприємству отримувати додаткові заощадження завдяки наданими постачальниками знижками.

Щодо операційних та фінансових ПрАТ «МХП» за весь 2022 рік, то незважаючи на повномасштабне вторгнення РФ, блокування українських портів для експорту агро-продукції протягом значної частини року, масових ударів по українській енергетичній інфраструктурі в останньому кварталі року, можна відзначити, що компанія справилась з усіма викликами на відмінно.

Таблиця 2.8

 Основні показники експортної операційної діяльності ПрАТ в 2021 та 2022 роках

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| $ млн | 2021 | 2022 | Відхилення |
|  (+,-) | %  |
| Реалізація курятини, тис тон | 704 | 666 | -38 | 94,60227 |
| Середня ціна м'яса птиці, $/кг | 1,67 | 1,95 | 0,28 | 116,7665 |
| Виручка | 2 372 | 2 642 | 270 | 111,3828 |
| EBITDA -операційний прибуток до врахування амортизації | 648 | 384 | -264 | 59,25926 |
| Чистий прибуток | 393 | -231 | -624 | -58,7786 |
| Операційний грошовий потік | 125 | 138 | 13 | 110,4 |

Значним позитивним фактором стало вищезазначене зростання цін на курятину на основних експортних ринках.

В результаті, експортні ціни зросли на 40%, а загальна середня ціна реалізації курятини – на 17% (з $1.67 за 1 кг в 2021 році до $1.95 за 1 кг). Тож, незважаючи на зниження обсягів продажів м’яса птиці в тоннах на 5% (а також враховуючи збільшення обсягів реалізації соняшникової олії у порівнянні з минулорічними на 32%), загальна виручка сегменту виробництва курятини компанії зросла в 2022 році на 17% та склала $1.887 млрд.

EBITDA сегменту майже не змінилась у порівнянні з минулорічною та склала $270 млн.

З точки ж зору діяльності, на нашу думку, перспективи експорту на ПрАТ «МХП» на 2023 рік є відносно непоганими. В 2022 році компанія довела, що навіть за умов заблокованих українських портів, вона здатна забезпечити експорт м’яса птиці та соняшникової олії альтернативними логістичними шляхами.

2.3. Управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства — це сфера господарської діяльності, що зв'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок. Відповідно до закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та Господарського кодексу України суб'єкти господарювання мають право самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність.

Питаннями зовнішньоекономічної діяльності займається відповідний відділ ЗЕД Департаменту матеріально-технічного забезпечення Приватного акціонерного товариства «МХП»

Зовнішньоекономічна діяльність ПрАТ «МХП» є частиною його загальної діяльності, яка визначається як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків держави, пов'язаних з вихід на зовнішній ринок. напрямки, форми та методи яких узагальнюються відповідно до виробничого процесу відповідно до цілей і завдань компанії щодо її функціонування та розвитку.

Відділ зовнішньоекономічних зв’язків на ПрАТ є частиною адміністративного персоналу. Відділ зовнішньоекономічних зв’язків здійснює управління зовнішньоекономічною діяльністю як частину єдиної внутрішньої системи корпоративного управління.

Процес управління зовнішньоекономічною діяльністю на ПрАТ має певні риси, що обумовлюються особливостями об'єкту здійснення господарської діяльності, а саме:

- управління господарською діяльністю підприємства здійснюється у зовнішній сфері і на міжнародному рівні;

- охоплення територіального простору, що є більш широким ніж у веденні внутрішньої діяльності підприємства, що виражається у врахуванні різних природних особливостей, кліматичних, тимчасових та інших чинників;

 - у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності беруть участь більше суб'єктів господарювання, які функціонують у різних політичних, економічних, правових і культурних умовах;

- окрім власне підприємств у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності виступають держави, які відрізняються політикою ведення міжнародних зв'язків, стратегією у сфері зовнішньоекономічної діяльності, сукупністю важелів впливу на цю сферу;

- на міжнародному рівні часто використовуються міждержавні інструменти та засоби дії на зовнішньоторговельні й інші відносини господарюючих суб'єктів.

Основними видами робіт, які виконує відділ ЗЕД є наступні:

* реалізація експортно-імпортних операцій;
* декларування і митне оформлення вантажів;
* становлення партнерських зв'язків з фірмами інших країн;
* пошук способів виведення підприємства на зовнішній ринок;
* вивчення напрямків і тенденцій розвитку світового ринку товарних позицій.

*Реалізація експортно-імпортні операції з товарами* на ПрАТ «МХП» передбачає здійснення наступних етапів:

- акредитація компанії як учасника зовнішньоекономічної діяльності в органах митного контролю;

- укладення зовнішньо-економічного договору;

- оформлення товарно-транспортної та вантажної супровідної документації;

- проходження процедури митного оформлення товарів;

*Декларування і митне оформлення* є одними з важливих напрямків діяльності відділу ЗЕД, так як не тільки споживачі продукції підприємства знаходяться за кордоном, але і основні постачальники сировини, що обумовлює постійні вантажопотоки сировини і товарів. Декларування вантажів передбачає оформлення наступних документів:

* вантажних митних декларацій (ВМД);
* електронних копій ВМД;
* декларацій митної вартості;
* описів документів, які додаються до ВМД.

*Становлення партнерських зв'язків з фірмами інших країн.* В ході виробничо-господарської діяльності ПрАТ «МХП» вступає у економічні відносини з приводу купівлі-продажу товарів з іноземними контрагентами, тому основною умовою успішного здійснення експортно-імпортних операцій є дослідження зовнішньоекономічної політики держави партнера та її впливу на кінцевий економічний ефект, а також вибір надійного іноземного контрагента. При виборі потенційних партнерів відділ ЗЕД ПрАТ «МХП» вивчає різні аспекти їх діяльності:

- правовий, тобто вивчення норм і правил, що діють в країні потенційного партнера та мають пряме або непряме відношення до співробітництва;

- технологічний - вивчення технічного рівня продукції підприємства, його технологічної бази та виробничих можливостей;

 - науково-технічний - дані про організацію науково-дослідних робіт і витрат по них;

- організаційний - вивчення організації управління підприємством; економічний - оцінка фінансового стану підприємства.

Ефективне співробітництво в сфері зовнішньоекономічної діяльності залежить від зазначених чинників, що доводить необхідність розробки методики аналізу та оцінки потенційних партнерів при здійсненні експортно-імпортних операцій.

Однією із найбільш важливих проблем у процесі здійснення експортно-імпортних операцій відділк ЗЕД ПрАТ «МХП» є підготовка і укладання зовнішньоекономічного контракту. Від того, наскільки кваліфіковано складено такий контракт, залежить не тільки прибутковість або збитковість конкурентної експортно-імпортної операції, а й фінансовий стан суб‘єкта зовнішньоекономічної діяльності в цілому, оскільки збитки за даними операціями, як правило, значно більші, ніж збитки за операціями на внутрішньому ринку. Це пов‘язано з значними витратами при розгляді зовнішньоторговельних контрактів у міжнародних арбітражних судах, жорсткими законодавчими умовами повернення валютних цінностей в Україну.

Як правило договір ЗЕД на ПрАт «МХП» є двомовним і містить наступні структурні елементи:

- Назва та номер договору, дата і місце його укладення, відомості про сторін ЗЕД;

- Предмет договору (постачання товарів чи послуг).

- Опис товарів, що постачаються (кількість, якість, характеристики);

- Умови поставки та приймання-передачі товарів;

- Ціна товару і загальна вартість контракту, а також валюта платежів.

- Відомості про пакування та маркування товару;

- Санкції за невиконання сторонами своїх зобов’язань;

- Процедура врегулювання спорів та застосовне право;

- Місцезнаходження і реквізити сторін.

При укладанні договорів необхідним є чітке врегулювання порядку переходу права власності на товари в тому числі і на період їх транспортування), що поставляються, враховуючи, що це впливатиме як на оподаткування, так і на бухгалтерський облік операцій; також у договорі бажано закріпити положення, де визначається право якої країни буде застосовуватися при правовідносинах, що виникають. Якщо цього не зроблено, то на підставі статті 6 Закону про ЗЕД стосовно договору купівлі - продажу буде використовуватися право країни продавця (тобто українське законодавство ―за умовчуванням‖ може застосовуватися до договору купівлі - продажу). Умови поставки товарів в зовнішньоекономічних договорах визначаються відповідно до Інкотермс – комплекту міжнародних правил з тлумачення найбільш поширених термінів в галузі міжнародної торгівлі, що розроблені Міжнародною торговою палатою.

Інкотермс встановлюють правила, які регулюють усі питання, пов’язані з доставкою товарів від продавця до покупця, що включає: перевезення, митне оформлення, визначення відповідального за сплату доставки та страхування ризиків на шляху транспортування тощо.

*Пошук способів виведення підприємства на зовнішній ринок*;

Остаточне рішення щодо стратегії виходу фірми на зовнішній ринок впливає сукупність внутрішніх і зовнішніх (відносно підприємства) чинників, до яких відносяться:

- внутрішні чинники (корпоративна політика, конкурентні позиції, характеристика продукту, ресурсні можливості);

- зовнішні чинники (політика національного уряду, фінансові та цінові параметри ринку, рівень економічного розвитку та економічний стан, можливості ринку, політичне середовище, геополітичне середовище).

 Суттєву роль також відіграють такі галузеві чинники, як темпи росту, характер продукції або послуг. Інтерес представляє галузева приналежність не тільки самої фірми, але й її основних споживачів. Якщо значне число конкурентів і споживачів фірми є інтернаціональними, то це також підвищує імовірність її виходу на міжнародний ринок. Вибір конкретного ринку визначається їхньою близькістю до внутрішнього ринку виробника, тобто величиною культурних відмінностей, розходженнями в методах роботи на ринку, фізичною відстанню тощо. Насамперед підприємство виходить на близькі ринки, потім на більш віддалені. Компанія проходить шлях від фірми, орієнтованої на внутрішній ринок, до глобальної компанії

*Вивчення напрямків і тенденцій розвитку світового ринку товарних позицій* передбачає обробку, аналіз і систематизацію кількісних показників і якісної інформації, що характеризує розвиток ринку в даний період часу. Вибір системи показників визначається цілями конкретного дослідження.

Відділ ЗЕД Департаменту матеріально-технічного забезпечення ПрАТ «МХП» має наступну організаційну структуру:

Начальник відділу ЗЕД

Заступник начальника відділу ЗЕД

Економічний сектор ЗЕД

Сектор з митного регулювання

Сектор з кон’юнктури та цін

Сектор з протоколу

Начальник відділу ЗЕД здійснює загальну координацію діяльності працівників відділу та координує діяльність відділу з іншими відділами та службами підприємства, займається питаннями руху валютних коштів, вирішує поточні оперативні питання.

Заступник начальника відділу ЗЕД здійснює контроль за своєчаснирм виконанням вказівок відділу іншими відділами і службам і підприємства, веде переписку з підприємствами і фірмами інших країн з науково-консультаційним, економічних та інших питань, бере участь в розробці умов контракту.

Економічний сектор ЗЕД відповідає за розрахунок цін експортної продукції з урахуванням базису поставки та інших умов, складання комерційних пропозицій з продажу продукції підприємства, розробку статей контрактів, оформлення паспорта угоди за договорами купівлі-продажу, підготовку плану заходів щодо виконання умов контракту і його контроль.

Сектор з митного регулювання веде всю митну документацію, забезпечує митне оформлення продукції, що експортується та імпортується підприємством продукції, оформляє вантажні митні декларації, веде статистичну звітність відділу.

До компетенції сектору з протоколу входить складання програм перебування делегацій, переклад всієї що надходить на підприємство документації з іноземних мов, допомога в організації переговорів, підготовка необхідної документації при відрядження за кордон фахівців підприємства.

Відділ ЗЕД тісно взаємодіє з іншими відділами підприємства зокрема з такими як: відділ маркетингу, планово-економічний відділ, відділ нової техніки, фінансовий відділ, бухгалтерський відділ і інші.

Зокрема, взаємодія зовнішньоекономічного відділу з відділом маркетингу пов'язано з тим, що даний відділ маркетингу встановлює вимоги щодо кількості, періодичності поставок і якості продукції.

Планово-економічний відділ здійснює планування роботи підприємства, проводить необхідні в зв'язку з цим розрахунки і передає до відділу ЗЕД базові дані за цінами на продукцію і сировину, матеріали.

Відділ нової техніки проводить технічну розробку і контроль за виробництвом експортної продукції.

Фінансовий відділ відповідає в цілому за фінансове забезпечення експортно-імпортних операцій. Тому відділ ЗЕД надає йому всі службові записки та рахунки для оплати поточних витрат (мита, митних платежів, платежів органам по сертифікації).

До бухгалтерії відділу ЗЕД передаються факти на виконання робіт з економічного, наукового та технічного співробітництва із зарубіжними організаціями, розрахунки витрат на заходи ЗЕД, дані про виділені фінансових ресурсах і документи проведення валютного рахунку.

Транспортний цех здійснює документальне оформлення вантажів, транспортування вантажів, складає графік їх відправки, звідси випливає його зв'язок з відділом ЗЕД.

Таким чином, відділ ЗЕД пов'язаний майже з усіма підрозділами підприємства, оскільки він здійснює декларування всіх експортних або імпортних товарів за контрактами, укладеними цими підрозділами самостійно і має право вимагати надання будь-яких документів для здійснення своїх функцій

Висновки до розділу 2

ПрАТ «МХП» є провідним підприємством України, котрий виробляє (64% ринку) та експортує (86% ринку) м’яса курки в Україні. Основними напрямами діяльності підприємства є рослинництво (вирощування кукурудзи, соняшнику, пшениці, ріпаку, сої та ін.), птахівництво і супровідні виробництва (виробництво охолодженої курятини, олій), м’ясопереробка (виробництво ковбасних виробів і копченостей). Інтегрована бізнес-модель дозволяє ПрАТ «МХП» контролювати собівартість та якість продукції.

Підприємство нарощує експорт своєї продукції з України. У порівнянні із 2021 роком, експортні продажі м’яса курятини зменшились на 20%. За період 2020-2022 років було здійснено експорт продукції у 82 країни світу. На сьогодні ПрАТ має великий потенціал до збільшення їх кількості у майбутньому. З урахуванням останні тенденцій має сенс орієнтуватись на азіатські ринки, оскільки стандартизація продукції на цих ринках є менш жорстокою, нижчі бар’єри виходу на нього та велика кількість споживачів продукції, особливо за нижчими цінам

На підприємствах МХП з виробництва харчової продукції впроваджені технології виробництва, переробки та упаковки продукції. Системи менеджменту якості та безпеки харчової продукції на цих підприємствах розроблені і впроваджені на основі аналізу ризиків та критичних точок контролю (Система НАССР) і належної виробничої практики (GMP), сертифіковані на відповідність вимогам ключових стандартів управління:

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «МХП» – складний та комплексний процес, який вимагає багато зусиль та ресурсів.В будь-якому разі основним завданням у цій сфері є мінімізація ризиків проведення таких операцій та оптимізація витрат.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.

3.1. Оцінка ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Обов’язковою умовою здійснення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) є її ефективність, яка визначається шляхом зіставлення досягнутого економічного результату з витратами, яких зазнало підприємство. В умовах інтернаціоналізації бізнесу та нестабільності економічного зростання успішний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається вирішенням завдань точної оцінки результативності такої діяльності та підвищення її ефективності.

Ефективність – це комплексне поняття, яке охоплює різні напрями господарської діяльності підприємства. Ефективність є показником, що характеризує потенціал та рівень досягнення цілей діяльності підприємства. Отже, процес дослідження ефективності передбачає два напрями: - порівняння стану підприємства у часі на різних етапах його діяльності; - оцінку конкурентних переваг підприємства порівняно з іншими суб’єктами ринку.

Ефективність запланованих зовнішньоторговельних операцій набуває особливого значення при встановленні оптимальної структури експорту підприємства та прийнятті ґрунтовних рішень у сфері управління ЗЕД підприємства. Існує безліч різних думок щодо класифікації показників, за допомогою яких можна визначити ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Найповніше сутність ЗЕД розкриває Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». ЗЕД - діяльність суб’єктів господарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами (п.8 ст. 1) [1].

Зовнішньоекономічна діяльність передбачає: зовнішню торгівлю, економічне, науково-технічне співробітництво; спеціалізацію та кооперацію в галузі виробництва, науки і техніки; економічні зв'язки в галузі будівництва, транспорту, страхових, розрахункових, кредитних та інших банківських операцій; надання різноманітних послуг на зовнішньому ринку.

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. ЇЇ мета - максимізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємництві.

Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішньо фірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Одним з найважливіших чинників, які впливають на ефективність організації ЗЕД підприємства, є специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них. Підприємство має постійно проводити дослідження своїх існуючих та потенційних іноземних ринків для пошуку та зайняття найвигідніших позицій на них.

Складність та багатогранність зовнішньоекономічної діяльності не дозволяють обрати один показник ефективності з кількості узагальнюючих результативних показників. Вибір критерію ефективності залежить від особливостей ситуації на ринку, цілей підприємства, наявності інформації про внутрішнє та зовнішнє середовища. Тому виникає потреба в комплексній оцінці зовнішньоекономічної діяльності, що передбачає вибір оптимального способу виходу на зовнішній ринок. Оцінці ефективності зовнішньоекономічної діяльності виділяють показники загальнонаціонального рівня (обсяг зовнішньоторговельного обороту, коефіцієнт покриття експорту імпортом, динаміка експорту та імпорту, їх товарна та географічна структура) та регіонального, тобто ті, що можуть використовуватися для аналізу діяльності регіону або галузі (сальдо торговельного балансу, обсяг експорту на одну особу).

 Показники економічної ефективності поділяють на:

1) показники ефекту, що визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових диницях як різниця між результатами діяльності та витратами на її здійснення;

2) показники ефективності, що визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення і відтворюються відносними величинами: відсотками, частками одиниці.

Розрахуємо та проаналізуємо показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства ПрАТ «МХП». На рівні ПрАТ «МХП під економічною ефективністю ЗЕД розуміють ступінь збільшення доходу від здійснення зовнішньоторговельних операцій. Критерій ефективності є прибуток як основна міра ефективності.

Щоб визначити ефективні напрями діяльності підприємства у сфері ЗЕД, потрібен ретельний аналіз його стану. Проведення аналізу експортних та імпортних операцій включає:

- Визначення виконання зобов’язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною експортних/імпортних товарів;

- Визначення виконання зобов’язань за термінами їхніх поставок та якістю;

- Установлення факторів і величин їхнього впливу на економічні показники;

- З’ясування причин недовиконання зобов’язань за тими чи іншими позиціями.

Для аналізу ЗЕД підприємства використовують систему аналітичних показників (табл. 3.11).

За період з 2020 по 2021 рік підприємство ПрАТ «Мало» мало незначну кількість прострочених контрактів. У 2022 році цей показник був найвищим в зв’язку із введенням воєнного стану на Україні та дисбалансом в логістичних ланцюгах постачань та купівель.

Таблиця 3.1

Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «МХП» за період 2020-2022 рік.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва показника | Формула | 2020 | 2021 | 2022 |
| Частка сумконтрактів, прострочених у звітному періоді | $$In.k.=\frac{Kn.}{Kb.}×100\%$$Кn - сума контрактів, прострочених протягом року;Кb - сума контрактів, що підлягають виконанню у звітному періоді. | 0,11 | 0,09 | 0,34 |
| Коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю | $$Kварт.=\frac{\sum\_{i-1}^{n}Qіф×Ріф}{\sum\_{i-1}^{n}Qіn×Ріn}$$Pіф і Qіф - фактичні ціни та кількість товару *і;* Ріп і Qin - планові ціни та кількість товару *і*; n - кількість товарів. | 0,87 | 0,97 | 0,73 |
| Коефіцієнт виконання зобов’язань зекспорту товарів за фізичним особам | $$Kфіз.особ.=\frac{\sum\_{i-1}^{n}Qіф×Ріф}{\sum\_{i-1}^{n}Qіn×Ріn}$$Qіф - фактична кількість експорту;Ріп і Qin - планові ціни та кількість товару *і;* n - кількість товарів. | 0,91 | 0,93 | 0,87 |
| Коефіцієнт виконання зобов’язань зекспорту товарів за ціною | $$Kфіз.особ.=\frac{\sum\_{i-1}^{n}Qіф×Ріф}{\sum\_{i-1}^{n}Qіn×Ріn}$$Ріф і Qiф - фактичні ціни та кількість товару і ; Ріп- планова ціна товару *і;* *n* - кількість товарів. | 0.86 | 0,93 | 0.88 |

Для загальної характеристики експортної та імпортної діяльності підприємства використовують такі показники (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Показники загальної експортної та імпортної діяльності ПрАТ «МХП» за період 2020-2022 рік.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва показника | Формула | 2020 | 2021 | 2022 |
| **Ефективність експорту** (наскільки ефективно підприємство проводить свою ЗЕД; частка виторгу в загальному обсязі експорту підприємства) Якщо показник >1 і вище показника ефективності реалізації на внутрішньому ринку, то реалізація на зовнішньому ринку буде ефективнішою у порівнянні із реалізацією на внутрішньому ринку | $$Eеф.е. =\frac{ЧВ}{ОП}$$ЧВ = (ВВ$×$КР)-ДВ-МПЧ*В* – чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у n-гривні зо офіційним курсом на день надходження валютної виручки; ВВ – валютний виторг за експортний товар; КH – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні; ДВ – додаткові витрати всередині країни, пов’язані є експортом товару; МП – митні платежі; ОП – обсяг продажу за експортом | 1,68 | 1,79 | 1,16 |
| **Рентабельність експорту** (сума інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену гривню) | Ре=$\frac{Не}{Се}×100 \%$Не – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривнях за курсом НБУ на день надходження валютної виручки; Се – собівартість виробництва експортного товару | 1,25 | 1,54 | 1,06 |

По показникам ефективності експорту підприємство має позитивні тенденції. Лише в 2020 році прослідковується спад даних показників, що було пов’язано із введенням воєнного стану.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності може бути досягнута лише при збереженні методології виходу на зовнішній ринок, яка враховує стадії інтернаціоналізації бізнесу підприємства.

Для подальшої оцінки ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності необхідним є дослідження показників:

1) виробничого процесу (собівартість реалізованої продукції; рентабельність продажів; транспортні, податкові витрати тощо);

2) інвестицій (дослідження, планування та розробка проектів підприємства);

3) інновацій (удосконалення інноваційного та операційного процесів на підприємстві);

4) маркетинговими аспектами (частка ринку, розширення та збереження клієнтської бази, рівень задоволення потреб споживача);

5) персоналом (можливості робітників та можливості застосування інформаційних систем);

6) ризиками (оцінка та мінімізація можливих ризиків).

Оцінювання результативності зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинна проводитись за всіма напрямами, кожен з яких оцінює ефективність поставленої мети.

Отже, аналіз оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства дозволяє раціонально обґрунтувати найоптимальніші пропозиції щодо реалізації товару, уникнути можливості збитків через недостатнє аргументування економічної ефективності зовнішньоекономічних операцій, обсягу реалізації продукції, її асортименту чи ціни через зміну валютних курсів. Найголовнішим критерієм, що характеризує ефективність ЗЕД підприємства є прибуток від збуту продукції при мінімальних затратах з боку фірми, тому аналіз ЗЕД дозволяє науково обґрунтувати плани, управлінські рішення та проконтролювати їх виконання, а також оцінити досягнуті результати діяльності підприємства.

Таким чином, показники ефективності ЗЕД підприємства та їх аналіз дозволяє виявити вигідність зовнішньоекономічних операцій та розробити заходи щодо їх вдосконалення задля збільшення прибутку підприємства

3.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства при виході на закордонні ринки та шляхи їх реалізації.

Сучасний стан економіки України створює середовище для виробників курятини, яке характеризується високим рівнем конкуренції та пошуку нових ринків збуту продукції. В умовах такого економічного середовища особлива увага повинна приділятися підприємствами створенню стійких конкурентних переваг, що вимагає розробки дійових механізмів і підходів, які б дали змогу підвищити ефективність виробництва та забезпечити конкурентоспроможність продукції на споживчому ринку. Ринок курятини в Україні має всі ознаки щодо його насичення, але продовжує своє стійке експортне зростання. Водночас і споживчі ціни на курятину значно зросли за останні роки. Тому особливої ваги набуває завдання вибору правильної стратегії підприємста з виробництва курятини в Україні

Так, моніторинг м'ясного ринку свідчить про те, що в 2022 р. на одного українця припадало споживання: 25 кг курятини, 18 кг свинини, 7,9 кг яловичини та 0,9 кг інших видів м'яса. З наведених даних видно, що ринок м'яса курки в Україні є найважливішою галуззю, яка забезпечує продовольчу безпеку країни. Дослідження кон’юнктури внутрішнього ринку м’яса птиці засвідчило, що, згідно з балансовими розрахунками, протягом 2022 р. порівняно з відповідним періодом 2022 р. наповнюваність внутрішнього ринку м’ясом м’ясопродуктами знизилась на 1,3 %

В Україні (за даними FAO) в 2022 р. було вироблено м’яса всіх видів 2567 тис. тонн (у 2020 р. 2521 тис. тонн), з них м’яса птиці – 1468 тис. тонн (у 2020 р. 1410 тис. тонн), свинини – 722 тис. тонн (у 2020 р. 708 тис. тонн), яловичини – 343 тис. тонн (у 2020 р. 370 тис. тонн).

Аналіз ринку курятини в Україні дає підстави стверджувати про його насичення продукцією, при якому подальше збільшення виробництва та імпорту проблематичне. Для збереження ринкових позицій і забезпечення конкурентоспроможності в умовах, що склалися, оператори зосередилися на завданнях зниження собівартості виробництва, вирішення яких можливе шляхом модернізації обладнання, впровадження нових технологій вирощування птиці та приготування кормів.

Україна входить до ТОП-10 країн-експортерів замороженої курятини у 2020-2021 роках. За 2021 рік Україна посіла сьоме місце, залишивши позаду Чилі та Аргентину, експортувавши м'яса птиці на 478,8 млрд дол. США.

За даними Союзу птахівників України основними споживачами даного виду продукції з України були Саудівська Аравія (84,3 тис. т), Нідерланди (53,5 тис. т), ОАЕ (33 тис. т), Ірак (23 тис. т), замикає п'ятірку лідерів, які завозять до себе українську курятину та інші продукти птахівництва – Казахстан (18,3 тис. т) [9].

Левову частку валюти для бюджету України у 2021 р. забезпечило підприємство ПрАТ «МХП» - 510,3 млн дол., експортувавши понад 386,6 тис. тон та охопивши 90,9 % експортного ринку м'яса бройлерів (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

 Найбільші експортери курятини з України у 2020 р

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Місце у рейтингу | Компанія | Експорт курятини у 2021 р. | Частка експортного ринку, % |
| тис. тон | млн дол. |
| 1 | ПрАТ «МХП» | 386,6 | 510,3 | 90,9 |
| 2 | ТОВ «ПК «Дніпровський» | 15,4 | 20,9 | 3,6 |
| 3 | ТОВ «Агро-Овен» | 6,8 | 7,0 | 1,6 |
| 4 | ТОВ «АПГ «Пан Курчак» | 3,5 | 3,6 | 0,8 |
| 5 | ТОВ «Західний торгівельний ресурс» | 2,5 | 2,6 | 0,6 |
| 6 | ПрАТ «Володимир-Волинська птахофабрика» | 1,2 | 1,6 | 0,3 |
| 7 | ТОВ «Аі ро-Рось» | 1,3 | 1,5 | 0,3 |

За даними табл. 3.3 можна зробити висновки щодо високої концентрованості ринку курятини.

За останні декілька років на ПрАТ «МХП» надійно відбулись великі зміни, особливо у напрямку впровадження інновацій та енергозберігаючих технологій, до сильних сторін також можна віднести використання новітньої с/г техніки для переробки та збирання такої продукції.

 З урахуванням швидких змін у світі щодо виробництва аграрної продукції та використання технологій у цій галузі відбувається постійне оновлення та покращення технологічних засобів для їх здійснення, але це потребує додаткових вливань коштів. Тому як було зазначено раніше наше підприємство не є виключенням, так як у середньому воно використовує основні засоби 3-5 років, які за цей час встигають досягти значного рівня зношення та застаріти. Окрім цього варто зазначити що для підприємства існує велика загроза конкурентоспроможності на зовнішньому ринку стосовно цінового утворення, так як у собівартість закладена відносно низька вартість робочої сили та використання ресурсів.

Загалом для підвищення показників конкурентоспроможності існує необхідність збільшення обсягу ресурсів з їх ефективним використання м в подальшому. Перш за все для формування чітких конкурентних переваг підприємства необхідно сформувати послідовність етапів їх аналізу для яких визначальним факторами є природно-кліматичні умови, ресурсні можливості, географічне положення та кон’юнктурні особливості галузі.

Для початку визначимо витоки конкурентних переваг для здійснення першого етапу. Згідно різних вчених існує чимало підходів виокремлення джерел, але з урахуванням того, що підходи не включать один одного, а лише доповнюють можна заначити наступні: наявність факторів виробництва та ефективність їх використання, якість продукції, гнучкість, адаптивність, інновації, ексклюзивність товару, продажу, торгової марки, доступ до розподілу 56 та постачання тощо. Структуруємо можливості, загрози, сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою SWOT-аналізу (табл.3.4.).

Таблиця 3.4.

SWOT-аналіз ПрАТ « МХП»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактори зовнішнього середовищаФактори внутрішнього середовищ | **Можливості** | **Загрози** |
| 1. Запровадження інноваційних та ресурсозберігаючих технологій 2. Подальше підвищення ефективності виробництва 3. Приймати участь у програмах галузевого розвитку 4. Формування бренду роботодавця та залучення нових кадрів до співпраці | 1. Висока вартість нового покоління обладнання. 2. Нестабільність економічної ситуації у країні. 3. Зниження кількості населення у селах, особливо молодого покоління. 4. Збільшення конкуренції 5. Тривалий період слабкого економічного зростання.6. Воєнний стан |
| **Сильні сторони** | **Сильні сторони та можливості** | **Сильні сторони та загрози** |
| 1. Стабільність на висока рентабельність. 2. Розташування виробництва в межах декількох областей України, що дає змогу допомогти у розвитку сіл. 3. Забезпечення власними органічними добривами за ресурсами масштабу холдингу МХП. 4. Сертифікація продукції, що дозволяє поставляти її навіть до країн ЄС. 5. Великий земельний банк | 1. Збільшення обсягів виробництва та ринків збуту 2. Активна участь у соціальних проектах та залучення через них молодих талантів. 3. Розробка нової концепції корпоративної соціальної відповідальності щодо ресурсозберігаючих технологій. | 1. Поява нових конкурентів на внутрішньому та зовнішньому ринку. 2. Поява більш дешевих товаро-замінників. 3. Завершення міжнародних контрактів на поставку продукції 4. Проблеми у міжнародних відносинах України та закордонного партнера. 5. Впровадження нових більш жорстоких норм щодо сертифікації продукції на зовнішньому ринку.6. Ведення бойових дій виробничих об’єктах |
| **Слабкі сторони**  | **Слабкі сторони та можливості** | **Слабкі сторони та загрози** |
| 1. Зниження кількості та якості трудових ресурсів. 2. Старіння та знос основних засобів 3. Недостатній рівень впровадження інновацій у виробництво. 4. Недостатня потужність виробництва | 1. Підвищення рівня заробітної платні та залучення молоді до виробництва 2. Удосконалення технологій виробництва та збільшення потужностей 3. Розвиток збутової мережі | 1. Невизначеність у економіці та політиці в країнах де присутня компанія. 2. Перебої у виробництві компанії 3. Значна залежність від сезону та погодних умов4. Невизначеність ситуації з воєнним станом |

Провівши аналіз виявлено, що більшість з перелічених слабких сторін підприємства пов’язано перш за все з над швидкою зміною технологій, що таким чином підприємство не встигає настільки ж швидко реагувати на зміни та закуповувати нове обладнання. Серед сильних сторін можна виділити великий земельний банк компанії та робота в межах холдингу, що є значною перевагою над конкурентами.

Отже, ПрАТ « МХП» має сильні конкурентні переваги, але дещо заважає для повної реалізації їх недостатній досвід роботи на ринку, оскільки початково воно було налаштовано на забезпечення власних потреб холдингу МХП, і лише декілька років займається продажами на ринку рослинництва, а саме після збільшення земельного банку.

При цьому існує необхідність розуміти, що за ринкових умов споживачів в першу чергу цікавлять ціна, якість та логістика на рівні товарних лотів. Тому всі інші показники, такі як врожайність, технологічність, виробництво та витрати більшою мірою стосуються виробника. Саме тому, якщо він з меншими ресурсами та гіршими умовами зумів реалізувати свою продукцію співставно з сильнішим виробником, то відповідно отримує більший прибуток.

Тому основним для набуття конкурентних переваг є ведення ефективного зовнішньоекономічного бізнесу за наявних ресурсів та можливостей. Тому як висновок у загальному як до АПК в Україні, так і самого підприємства ПрАТ «МХП», можна констатувати, що не весь наявний потенціал реалізується наразі, значною мірою високі показники виробництва компенсуються ресурсними потужностями, тільки на які у майбутньому складно розраховувати.

Зміцнення конкурентоспроможності ПрАТ «МХП» здійснюється шляхом формування їх конкурентної стратегії. Конкурентна стратегія являяє собою сукупність основоположних правил і прийомів, що необхідні для прийняття обґрунтованих ефективних управлінських рішень, що дають змогу підприємству підтримувати дієві та розробити нові конкурентні переваги, визначаючи його ринкову поведінку в певному споживчому сегменті.

Формування конкурентної стратегії ПрАТ «МХП» здійснюється з урахуванням трьох типів поведінки:

*креативний тип* перебачає спрямованість заходів на створення й підтримку конкурентних переваг на базі тривалого процесу пошуку та оновлення;

*адаптивний тип* відображає здатність підприємства до адаптації щодо дій конкурентів;

*забезпечувальний тип* передбачає підтримку наявних значних конкурентних переваг у перспективі та формування умов для їх ефективної реалізації. Залежно від певного типу поведінки конкретного підприємства визначається конкурентна стратегія (табл. 3.5). На основі аналізу показників оцінки ефективності діяльності найбільших експортерів курятини визначено їх місцю в матриці.

За даними табл. 3.5 видно, що ПрАТ «МХП» продовжую зміцнювати свої не тільки на вітчизняному ринку, але й європейському, використовуючи стратегію росту. Стратегію помірного росту використовували ТОВ «Західний торгівельний ресурс» та ТОВ «АПГ «Пан Курчак», бо уже мають досить міцні позиції на ринку, тобто на ринок вони вийшли досить давно і змогли проявити свої конкурентні переваги.

 Комбінованої стратегії дотримувалося ТОВ «Агро-Овен», що активно функціонує у рослинництві та тваринництві. ТОВ «ПК «Дніпровський» та ТОВ «Агро-Рось» дотримувалися стратегії диференціації, що забезпечує можливість виробництва товару, який має привабливі для покупця властивості та відрізняється від товарів конкурентів.

ПрАТ «Володимир- Волинська птахофабрика» дотримувався стратегії фокусування, бо підприємство має можливість обслужити вузький сегмент ринку з його специфічними вимогами більш ефективно, ніж конкуренти, які зорієнтовані на ширший спектр потреб.

До чинників, що визначають здатність агропромислових підприємств формувати та утримувати наведені переваги, слід віднести рівень інноваційного розвитку підприємства, доступ до найвигідніших каналів збуту, спроможність виготовляти продукцію із високою доданою вартістю, ризиковість бізнесу.

Таблиця 3.5

 Матриця конкурентної поведінки підприємства при виході на закордонні ринки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Типи конкурентних стратегій | Типи конкурентної поведінки | Підприємства |
| *К* | *А* | *З* |
| Стратегія розвитку | Стратегія росту | + | + |  | ПрАТ «МХП» |
| Стратегія помірного росту |  | + |  | ТОВ «Західний торгівельний ресурс» |
| Стратегія скорочення росту |  | + | + | ТОВ «АПГ «Пан Курчак» |
| Комбінована стратегія | + | + | + | ТОА «Агро-Овен» |
| Стратегія функціонування | Стратегія лідерства в витратах | + |  |  | ТОВ «ПК «Дніпровський» |
| Стратегія диференціації | + | + |  | ТОВ «Агро-Рось» |
| Стратегія фокусування | + |  |  | ПрАТ «Володимир-Волинська птахофабрика» |

Стратегічні пріоритети забезпечення конкурентоспроможності агропромислових підприємств повинні базуватися передусім на вивченні основних ризиків, які очікують на дані підприємства з огляду на приєднання до зони вільної торгівлі із ЄC, і включати в себе тактичні засоби мінімізації цих ризиків, покращення конкурентних переваг вітчизняних виробників на національному та міжнародному ринках.

3.3. Напрями удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Ефективною формою функціонування кожної держави є здійснення її зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічна діяльність відіграє ключову роль у підвищенні економічного добробуту держави, поліпшенні рівня життя населення і зміцненні конкурентоспроможності держави на міжнародному рівні. Найважливішим джерелом одержання прибутку держави є експортні операції як основної складової частини зовнішньоекономічної діяльності.

Організація зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «МХП» – це дуже складна та кропітка робота, яка вимагає детального вивчення таких основних питань як кон’юнктура ринку, потенційні покупці та конкуренти, пошук іноземних партнерів та налагодження ділових контактів з ними, проведення переговорів, укладання договорів, підписання угод і т.д. Тому, для ефективного здійснення зовнішньоекономічної діяльності, підприємству необхідно побудувати адекватну структуру управління ЗЕД.

Основною метою формування структури управління ЗЕД ПрАТ «МХП» є максимізація прибутку на довгостроковий період від участі в міжнародному підприємництві. Дана структура на ПрАТ «МХП» потребує постійного розвитку та вдосконалення, пристосування до постійних змін у зовнішньому середовищі та сфері управління. Форми та методи управління ЗЕД на ПрАТ «МХП» мають постійно змінюватись.

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «МХП», перш за все, необхідно визначити ті країни, які є привабливими для нового освоєння, дослідити існуючі зовнішньоекономічні зв’язки. ПрАТ «МХП» має здійснити ретельний аналіз системи міжнародної торгівлі, дослідити економічне середовище країни, куди безпосередньо має проникати, а також обов’язково потрібно врахувати політичні, культурні та правові особливості її середовища.

Для того, щоб ПрАТ «МХП» було конкурентоспроможним на зовнішньому ринку, йому потрібно сформувати стратегію, тобто основний напрямок, який буде акцентований на внутрішні можливості підприємства та на ринкові умови, в яких воно функціонує.

Дана стратегія має враховувати такі фактори:

1) формування чітких цілей виходу на зовнішній ринок;

2) попит на даний товар за кордоном;

3) потенціал та розмір зовнішнього ринку;

4) кон'юнктура ринку, наявність товарів-аналогів, конкурентів тощо.

Важливим фактором для удосконалення зовнішньоекономічної діяльності є аналіз та оцінка сильних та слабких сторін підприємства. Аналіз сильних сторін дозволить підприємству оцінити перспективи підприємства на зовнішньому ринку, а аналіз слабких сторін – небезпеки зі сторони зовнішнього ринку.

Підприємству, яке прагне впровадити ефективну зовнішньоекономічну діяльність доцільно удосконалити маркетингову складову своєї діяльності

Для цього необхідно здійснювати більш фективні маркетингові заходи, до них відносять:

1) direct Mail — розсилка для потенційних замовників у вигляді рекламних матеріалів підприємства (перелік продуктів та послуг з цінами на них) у вигляді ділових пропозицій;

2) заочна участь у закордонних виставках - розповсюдження рекламних матеріалів підприємства всім відвідувачам та учасникам міжнародної виставки;

3) пошук та стимулювання посередників, оптових покупців, дилерів.

Підприємству щоб виявити шляхи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств необхідно:

- дослідити динаміку розвитку нового ринку;

- проаналізувати раціональність використання усіх ресурсів, зацікавленість споживачів нового ринку у продукції підприємства на зовнішньому ринку;

- дослідити проблеми підвищення ефективності та розвитку зовнішньоекономічної діяльності;

- визначити напрями удосконалення системи управління зовнішньоекономічних зв’язків підприємства;

- удосконалення організаційно-економічних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності експортної продукції;

- провести оцінку рівня і якості виконання підприємством зобов’язань по контрактах з іноземними партнерами, визначити ефективність та переваги такої співпраці;

- визначити методику аналітичної оцінки ефективності окремої експортної операції.

Одже кількість можливих напрямів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства досить широкий. Підприємству необхідно серед усіх можливих варіантів розвитку зовнішньоекономічних зв’язків обрати саме ті напрямки, які є більш реальними та досяжними .

Як було наведено вище, ПрАТ «МХП» має непогані стосунки з країнами Африки та Близьким Сходом. Але до 2016 року всі експортні поставки до даних регіонів здійснювалися через посередників. У 2016 році компанія відкрила офіс з продажів та дистрибуції у ОАЕ. ПрАТ «МХП» планує відкрити аналогічний офіс у Єгипті.

Найбільш знаковою подією в історії компанії було придбання словенської вертикально-інтегрованої компанії Perutnina Ptuj у 2019 році. Perutnina Ptuj є провідним виробником курятини і м'ясопереробки на Балканах, має виробничі активи в чотирьох балканських країнах: Словенії, Хорватії, Сербії, Боснії і Герцеговині; володіє дистриб'юторськими компаніями в Австрії, Македонії та Румунії і поставляє продукцію в 15 країн Європи [67].

Perutnina Ptuj є вертикально інтегрованою компанією на всіх етапах виробництва курятини - від виробництва кормів, інкубаційних яєць, розведення, забою до виробництва ковбасних виробів і подальшої переробки курятини. Компанія налічує 3,5 тис. співробітників в восьми країнах. У Словенії

Perutnina Ptuj обробляє 4 тис. сільськогосподарських угідь. Найвідоміший бренд компанії - Poli. Охолоджене куряче м'ясо представлено на ринках Європи, Скандинавії, Середземномор'я і Близького Сходу з 1974 року.

У планах Perutnina Ptuj вивести цей бренд на ринок США. Продукція компанії сертифікована ISO 9001:2015, HACCP, HALAL, AEO, BRC й багато інших. Perutnina Ptuj є першою в Словенії компанією, що запровадила новий стандарт, який намагається наблизити новий спосіб розведення птиці до типу розведення у дворах фермерських господарств минулого. Цей новий стандарт навіть перевершує чинні законодавчі норми. Кури, які розводяться в покращених життєвих умовах птахівництва преміум класу, здатні розвивати свою природну поведінку, що сприятливо впливає на їх здоров'я.

Головною ціллю Perutnina Ptuj на песрективу є стати найважливішим виробником м'яса птиці та продуктів з м’яса птиці у Центральній та Південно-Східній Європі. Щодо фінансового стану компанії, то у 2020 році виручка Perutnina Ptuj склала близько 257 млн євро (+4,8%), EBITDA - 24,4 млн євро (-5,3%).

У 2021 році Perutnina Ptuj виробила та реалізувала близько 90,3 тис. т продуктів з курятини, в тому числі 54,4 тис. т м'яса птиці й близько 36 тис. т сосисок з курячого м'яса і напівфабрикатів. ПрАТ «МХП» у купив компанію за 273 млн євро. Для подальшого дослідження слід розглянути можливість подальшого зростання експорту продукції ПрАТ «МХП» з України до Нідерландів (у якій компанія планує наростити переробку на заводі) та у Словаччину (де завод працює не на повну потужність). Слід дослідити перспективи для Perutnina Ptuj досягти своєї цілі: стати найважливішим виробником м'яса птиці та продуктів з м’яса птиці у Центральній та Південно- Східній Європі.

Висновки до розділу 3

Наявні потужності виробництва курятини в Україні в свою чергу дозволяють реалізовувати свою продукцію не тільки на вітчизняному ринку, а і за кордоном. Високий попит на продукцію, що надаються підприємствами, говорить про їх достатньо високу конкурентоспроможність та високу якість, оцінену як в Україні так і поза її межами. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку вітчизняних виробників курятини диктує необхідніть створення підприємствами нових конкурентних переваг, дотримуючись означеної конкурентної стратегії.

Саме від їх спроможності формувати, утримувати та реалізовувати конкурентні переваги, що створюють позитивні передумови для стійкого функціонування та розвитку підприємства під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і буде залежати покращення показників діяльності та підвищення конкурентного статусу.

Представлено напрями удосконалення управління зовнішньоекономічною діяльності підприємства, Є необхідним збільшення виробничої потужності зарубіжних активів словенської вертикально-інтегрованої компанії Perutnina Ptuj як іноземного структурного підрозділу ПрАТ «МХП». Компанія володіє потужностями з вирощування бройлерів у Словенії, Хорватії, Сербії, Боснії та Герцеговині. Веде діяльність у 22 країнах. Налічує 3,5 тис. співробітників у восьми країнах. У Словенії компанія опрацьовує 4 тис. сільськогосподарських угідь. Найвідоміший бренд компанії - Poli.

Споживчий попит населення у Балканських країнах та ЄС включно з роком буде збільшуватись.. Існуючі потужності на словенському підприємстві (близько 90 тис. тон) не відповідають майбутньому зростанню споживання. Тож важливим напрямом удосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю є освоєння нових ринків виробництва та збуту а саме ринку Центральнї Європи

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведених досліджень питання управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна сформувати наступні висновки:

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства розглядається як важлива частина господарської діяльності, спроможна впливати на ефективність виробничої діяльності, якість, конкурентоспроможність та технічний рівень, виробленої продукції. Визначено, що Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає зовнішньоекономічну діяльність як діяльність суб’єктів господарювання України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними як на території України, так і за її межами.

2, Будь-яка держава, проводячи власну зовнішньоекономічну політику і розвиваючи свою економіку, водночас вступає у міжнародні відносини з іншими країнами, що вимагає зважування своїх дій, зіставлення їх з діями інших держав, узгодження шляхом прийняття спільних оптимальних рішень щодо регулювання та упорядкування зовнішньоторговельних відносин. Інструментом цього і слугують нормативно-правові акти (міжнародні, регіональні та національні). Отже, однією з важливих умов успішної та ефективної зовнішньоекономічної діяльності є створення відповідної національної правової бази, яка впливає на розвиток торговельних відносин країни. Проведені дослідження свідчать, нормативно-правова баз зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні є сформованою

3. Для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю, необхідно: постійно здійснювати дослідження і аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності, в першу чергу, це деталізація динаміки якісних показників на зовнішніх ринках; систематично проводити детальний аналіз надходження грошових потоків за реалізацію продукції на зовнішніх ринках; своєчасно визначати сприятливі умови зовнішнього середовища для зменшення впливу ризиків на зовнішніх ринках; постійно досліджувати та аналізувати використання виробничих потужностей та фінансових потоків; впровадити в практику управління розробку чітких, реальних, ефективних стратегій розвитку.

4. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства являє собою сукупність цілей управління на зовнішньому ринку, критерії досягнення цілей, а також методів впливу на ресурси підприємства тощо. Однак визначення ступеню реалізації ідей механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є досить складною задачею, що вимагає обережності при виборі комплексу показників, які будуть слугувати критерієм досягнення таких цілей. Ці показники повинні комплексно характеризувати виробничо-господарську діяльність підприємства, його короткострокові та довготермінові результати в цілому, так і при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності зокрема.

5. Об’єкт дослідження ТОВ «Вінницька птахофабрика» структурний підрозділ ПрАТ «МХП»  - провідного виробника курятини в Україні з найбільшою часткою на ринку. МХП володіє та контролює всі етапи виробництва курятини: від вирощування зернових та олійних культур, виробництва комбікормів до виробництва інкубаційних яєць та вирощування бройлерного поголів’я, переробки, збуту, дистрибуції та продажу м’яса птиці

Діяльність ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» характеризується добрим фінансово-економічним становищем, стабільним економічним розвитком, хоча і працює в умовах війни.

6. У ПрАТ «МХП» питаннями зовнішньоекономічної діяльності займається відділ зовнішньоекономічної діяльності,. Відділ ЗЕД вивчає і аналізує іноземні ринки збуту та розробляє рекомендації щодо збуту продукції підприємства, бере участь у підготовці та складанні контрактів по експортноімпортних операціях, організує своєчасне оформлення замовлень на поставки по імпорту, контролює дотримання термінів поставок по імпорту сировини та матеріально-технічних ресурсів, підтримує зв’язки з фірмами постачальниками сировини та матеріалів з урегулюванням всіх питань, що виникають в процесі співпраці.

7. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», є головним гравцем на міжнародному ринку курятини. Продукція «Миронівського хлібопродукту» відома як на відчизняному так і на міжноародному риках під кількома брендами. Найвідоміші серед них: *ТМ «Наша Ряба», ТМ «*SULTANAH*», ТМ «*ASSILAH*!», ТМ «Qualiko», TM «*Ukrainian Chicken» та ін. МХП — найбільший виробник  (64 % ринку) і експортер  (85 % оссягу) курятини в Україні Продуктовий портфель експорту включає: заморожені тушки; частини тушок, курчат-бройлерів, ;гусячу печінку фуа-гра; заморожене м'ясо гусей; оптові продукти з м'яса птиці. 2022 році потужності ПрАТ «МХП» із виробництва курятини зменшилися на 8% проти показника попереднього року – до 697,1 тис. тонн. Потужності з виробництва курятини європейського операційного сегменту (*Perutnina Ptuj*) торік зросли на 11% та склали 124 тис. тонн, як порівняти з 2021 роком. Обсяги експорту курятини у 2022 році скоротилися на 8% рік, як порівняти з попереднім роком, – до 368,4 тис. тонн. Середня ціна на курятину зросла на 17% проти показника за аналогічний період 2021 року і сягнула $1,95/кг (без ПДВ). Середня ціна на курятину виробництва *Perutnina Ptuj* збільшилася на 25% – до 3,24 євро/кг.

8.Діагностика конкурентного середовища підприємства та кон’юнктури ринку проведена на прикладі ПрАТ «МХП». Встановлено, що кон’юнктура ринку для ПрАТ «МХП» є сприятливою, так як зростає попит населення на м'ясо птиці, але при цьому негативними факторами є високі витрати, скорочення платоспроможного попиту населення, високі ціна комбікорми. Серед негативних змін кон’юнктури ринку, що вплинули на діяльність ПрАТ «МХП» слід виділити пандемію та курячий грип через які було введено заборону на експорт та введення торгових бар’єрів. Аналіз експортного потенціалу підприємства показав, що компанія активно використовує засоби маркетингу в своїй діяльності

8. Зовнішньоекономічна діяльність на ПрАТ «МХП» є складним ланцюгом дій – від пошуку (зародження) підприємницької ідеї і до її втілення у конкретний проект підприємства, організації, фірми, який дозволить виготовляти необхідні товари, виконувати роботу та надавати послуги, які будуть конкурентоспроможними на міжнародних ринках. Позитивний результат цього процесу залежить від мети, яку ставить перед собою підприємство. Саме цей процес і повинен бути відображений у стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

На ПрАТ «МХП» спостерігаються наступні проблем при виході на міжнародні ринки, а саме

- відсутність «єдиного вікна» отримання інформації через незлагодженість роботи профільного міністерства, профільни організацій;

- бюрократична рутина, в основному, це стосується отримання відповідей на офіційні листи і запуску спільних проектів;

- слабкі дипломатичні відносини України з багатьма країнами;

- відсутність торгових представників;

- відсутність в Україні кредитного агентства, яке могло би допомагати малому і середньому бізнесу в проведенні експортних операцій та виході на зовнішні ринки.

Для того щоб покращити зовнішню політику та вибрати найбільш пріоритетні напрямки розвитку ПрАТ «МХП потрібно реалізувати ряд заходів спрямованих на розвиток ЗЕД, зокрема:

- удосконалити зовнішньоекономічною діяльністю ПрАТ «МХП» з урахуванням мінливої кон’юнктури товарних ринків можна завдяки збільшенням виробничих потужностей Perutnina Ptuj та експорт даної продукції у країни члени - ЄС;

- збільшення виробництва продукції у Боснії і Герцеговині та Сербії задля самозабезпечення країни власним м’ясом курки;

- нарощення експорту у Балканські країни із закордонних активів Perutnina Ptuj у Боснії і Герцеговині та Сербії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамик В Міжнародні та вітчизняні ініціативи з регулювання електронної торгівлі. Вісник економіки. 2021. Вип. 2. С. 66-79.
2. Асоціація «Союз птахівників України».URL: http://www.poultryukraine.com
3. Бабанін О. Деякі проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України . *Зовнішня торгівля*. 2020. № 1.- C. 8-14.
4. Бабенко В., Кредісов А. Політика стимулювання експорту та її інструменти. *Економіка України*: 2013. C. 12-17.
5. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна Діяльність підприємств: Підручник для вузів. К.: центр навчальної літератури, 2014. 580с.
6. Базові стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства: сутність, характеристика. URL: https://studfiles.net/preview/3904143/.
7. Бахрамов Ю.М., Глухів В.В. Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: Навчальний посібник. - К: Видавництво “Лань”, 2021. 448с.
8. Білоусько Т. Ю. Міжнародна торгівля як фактор підвищення глобальної конкурентоспроможності України. *Вісник ХНАУ*. Серія : Економічні науки. 2018. № 2. С. 233-241.
9. Бубенко С. П. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства *Фінінси України*. 2019 . № 10. С. 32-33
10. Биба В. В. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств України на міжнародних ринках/ Економіка і регіон. 2017. № 1. С. 95-100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig\_2017\_1\_17.
11. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності Львів : Афіна, 2004. 140 с
12. Виробництво й споживання м’яса птиці в Україні залишаться на торішньому рівні URL: https://cutt.ly/pbE221m
13. Галас Л. І. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств: поняття та її основні функції. *Інноваційна економіка*. 2021. № 12. С. 68-73
14. Голець Н.І. Вертикальна інтеграція як чинник підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках (на прикладі ПАТ «Миронівський хлібопродукт»). *Збірник наукових праць молодих вчених ФММ НТУУ «КПІ» «Актуальні проблеми економіки та управління»*. К.: НТУУ «КПІ», 2017. – С.88-92
15. Гнатенко, І. А.. Методологічні основи інституціонального аналізу національної системи інноваційного підприємництва. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії,* (6), 707-714. 1
16. Горященко Ю. Г. Інноваційні підходи в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. *Молодий вчений*. 2021. № 3(2). С. 345-350.
17. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436IV URL: http:.zakon2.rada.gov.ua.laws.show.43615.
18. Дербеньова Я. В. Публічне управління зовнішньоекономічною діяльністю з урахуванням регіональних особливостей. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку.* 2021. № 27. С. 22-30. URL: http:.nbuv.gov.ua.UJRN.Piir\_2021\_27\_5. 24.
19. Долгополов К. І. Теоретичні засади зовнішньоекономічної діяльності. Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» : матеріали третьої всеукраїнської наукової Інтернет-конференції (6 грудня 2018 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2018. – С. 396-401.
20. Інновації задля сталого розвитку. Нефінансовий звіт МХП, 2017. URL: http://www.mhp.com.ua.
21. Закон України "Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон" від 13.10.1992 № 2673XII . Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, N 50, ст.676.
22. Закон України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту" від 22.12.1998 № 330XIV (із змінами та доповненнями) . Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 910, ст.65.
23. Закон України "Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту" від 22.12.1998 N 331XIV (із змінами та доповненнями) .Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 1213, ст. 80.
24. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.1991 № 959XI (із змінами та доповненнями ) . Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, N 29, ст. 377.
25. Закон України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті" від 23 вересня 1994 р. № 185.94ВР(із змінами та доповненнями) . Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, N 40, ст.364 .
26. Закон України "Про транзит вантажів" від 20.10.1999р. №1172XIV (із змінами та доповненнями) . Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 51, ст.446.
27. Закон України Про Митний тариф України від 05.04.2001 № 2371 III . Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, N 24, ст.125) (із змінами та доповненнями)
28. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посіб. до проведення практичних занять для студ. галузі знань 07 «Управління та адміністрування», за спеціальністю 073 «Менеджмент». . КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А. Р. Дунська , Г. П. Жалдак Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 95 с.
29. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. . О. М. Калініна ; Нац. авіац. унт ім. М. Є. Жуковського "Харків. авіац. інт". Харків : ХАІ, 2021. 47 с.
30. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : підручник . [А. А. Мазаракі та ін.] ; за заг. ред. дра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі та дра екон. наук, проф. Т. М. Мельник ; Київ. нац. торг.екон. унт. Київ : Київ. нац. торг.екон. унт, 2019. 651 с.
31. Зовнішньоекономічна діяльність України в системі глобальних конкурентних відносин: агропродовольчий вимір : [колект.] монографія . [О. І. Павлов та ін.] ; за ред. дра екон. наук, проф. О. І. Павлова ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. економіки пром-сті. Одеса : Астропринт, 2019. 269 с.
32. Зовнішньоекономічна діяльність : [навч. посіб.] . І. І. Дахно, В. М. АлієваБарановська ; [за ред. І. І. Дахна]. Київ : Центр учбової літітератури, 2018. 355 с. 90
33. Експорт України у 2022 році: головні тенденції, сектори та регіони.URL:https:.export.gov.ua.news.4570eksport\_ukraini\_u\_2022\_rotsi\_golovni\_tendentsii\_sektori\_ta\_regioni
34. Капелюшна Т. В. Діагностика та тенденції розвитку міжнародної торгівлі в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http:.nbuv.gov.ua.UJRN.efek\_2020\_11\_72.
35. Касич А. О. Структурні характеристики зовнішньої торгівлі України. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 1 (79). С. 8594.
36. Кірічок К. М., Кухарук А. Д. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності агропромислового комплексу України. *Актуальні проблеми економіки та управління.*  2019. No 13 С. 28-39
37. Ковтун Е. О. Формування ефективного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 6. С. 285-290. URL: http:.nbuv.gov.ua.UJRN.Vchnu\_ekon\_2020\_6\_49.
38. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Баганова Т. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку. Одеса: Одеський національний економічний університет, 2012. 182 с.
39. Кожевнікова Л. К. Особливості функцій та методів управління зовнішньоекономічною діяльністю. Економіка та держава. 2014. № 8. С. 85-88. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde\_2014\_8\_21.
40. Кульганік О. М. Сучасні процеси міжнародної торгівлі України в умовах глобалізації . *Ефективна економіка*. 2019. № 10. 52.
41. Лакіза В. В. Особливості застосування електронної торгівлі суб’єктами господарювання в умовах міжнародної економічної діяльності . *Ефективна економіка.* 2020. № 11. C. 120-131
42. Мельник А. О. Трансформація складових зовнішньоекономічної політики України в умовах світової економічної кризи. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2012. – № 3, Т. 3 (188). С. 14
43. МХП вийшов на рівень експорту, що дорівнює об’єму до повномасштабного нападу РФ URL: https://landlord.ua/news/mkhp-vyishov-na-riven-eksportu-shcho-dorivniuie-ob-iemu-do-povnomasshtabnoho-napadu-rf/
44. МХП розповіли, якою повинна бути експортна стратегія Пропозиція - Головний журнал з питань агробізнесу URL:
<https://propozitsiya.com/ua/mhp-rozpovily-yakoyu-povynna-buty-eksportna-strategiya>
45. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. проф. С.В. Мочерного. Тернопіль: Тарнекс, 1993. – 688 с.
46. Осадчий Є.К. Управління зовнішньоекономічною діяльністю з позицій функцій менеджменту. *Наукові праці КНТУ.* Економічні науки. 2010. Вип. 26 С. 55-62
47. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник К.: ЦУЛ, 2002. 172 с.
48. Поважний О. С. Засади системи державного регулювання міжнародної торгівлі та місце митної політики в ньому*. Ефективна економіка.* 2019. № 7. С. 86-93
49. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. URL: <https://buklib.net/books/22528/>
50. Пітель Н. Я. Особливості стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в умовах глобалізації. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2015. Вип. 87(2). С. 120 - 128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zhpumus\_2015\_87%282%29\_\_17.
51. ПрАТ «МХП». URL: http://www.mhp.com.ua.
52. Решетняк К. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2017. № 3. С. 30–32.
53. Рибакова Т. О. Механізм фінансового регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб’єктів господарювання .. *Економічний вісник університету.*  2021. Вип. 51. С. 128-136. URL: http:.nbuv.gov.ua.UJRN.ecvu\_2021\_51\_19.
54. Ринковий скоринг URL::https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8295557#express-universal-file
55. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні за 2017-2019 роки https://agropolit.com/infographics/view/94
56. Рябик Г. Є. Коновал Т. С. Забезпечення розвитку підприємства шляхом впливу на складові – економічну безпеку та конкурентоспроможність Економічний простір. 2017. № 123. С. 188- 198.- URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\_2017\_123\_19.
57. Салькова І. Кон’юнктура ринку м’яса птиці в Україні/ Agricultural and resource economics: international scientific e-journal. 2017. - Vol. 3, № 4.- С. 124-134. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/areis\_2017\_3\_4\_12. , c.130
58. Синецкий Б.І. Зовнішньоекономічні операції: організація і техніка: підручник. К.: Міжнародні відносини, 2018. 324 c.
59. Структура компанії ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт». URL: https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu/struktura-kompani
60. Словник термінів з дисциплін "Міжнародні економічні відносини" та "Зовнішньоекономічна діяльність України" : [близько 445 понять і термінів] . В. В. Химинець, Н. О. Кушнір ; ДВНЗ "Ужгород. нац. унт". Ужгород : Говерла, 2019. 74 с.
61. Смирнов В.В. Експортно-імпортні операції в міжнародному бізнесі. К., 2017. 328 c. 8
62. Стровский В.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. К.:, 2016. 365 c.
63. Стровский С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів. К.: Знання, 2011. 823 с.
64. Чернишев В. Г., Окара Д. В., Ковальова І. Л. Зовнішньоекономічна діяльність регіонів України. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: http:.www.economy.nayka.com.ua.?op=1&z=7125 (дата звернення: 04.08.2021). DOI: 10.32702.230721052019.6.53
65. Фінансові результати за IV квартал та 12 місяців що закінчилися 31 грудня 2022 року. URL: <https://www.mhp.com.ua>.
66. Latifundist Media. URL: <https://latifundist.com>
67. Perutnina Ptuj. URL: <https://www.perutnina.si/sl/izdelki/>.
68. European Commission website. URL: https://ec.europa.eu. 135
69. Easy Comext. URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/.
70. EU and UK import tariff rates for poultry meat and derived products. URL: <https://ahdb.org.uk/eu-and-uk-import-tariff-rates-for-poultry-meat-and-derivedproducts>.
71. OECD Data. URL: https://data.oecd.org.
72. The Food and Agriculture Organization (FAO). URL: http://www.fao.org/home/e n/.
73. Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the EU countries / Annual report 2019, 38 p
74. Instagram https://www.instagram.com/mhp\_ua/
75. Facebook <https://www.facebook.com/mhpUKR>
76. Державний комітет статистики України URL:https://www.ukrstat.gov.ua

ДОДАТКИ