

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Стратегії виходу підприємства на зовнішньоекономічні ринки

Студента 2 курсу, 2-мз групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»
Володимировича

Крилова Сергія

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного менеджменту

П'янкова Оксана Василівна

Гарант освітньої
програми

Серова Людмила Петровна

Київ 2020

АНОТАЦІЯ

Крилов Сергій Володимирович

Стратегії виходу підприємства на зовнішньоекономічні ринки

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент» спеціалізації «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Київський національний торговельно-економічний університет, 2020.

У випускній кваліфікаційній роботі проведено аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства; здійснено аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства; проаналізовано використання ПрАТ «Коростенський завод МДФ» маркетингових технологій на зовнішніх ринках; визначено напрями удосконалення стратегії виходу підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки; обґрунтовано формування програми розвитку експорту ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок Польщі; здійснено прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів..

Ключові слова: стратегія виходу на зовнішній ринок, зовнішньоекономічна діяльність, стратегічні можливості, ефективність, просування, експорт.

ANNOTATION

Krylov Sergey Vladimirovich

Strategies for entering the foreign economic markets

Graduation qualification work for a master's degree in specialty 073 "Management" specialization "Management of foreign economic activity". Kyiv National University of Trade and Economics, 2020.

In the final qualifying work the analysis of financial and economic activity of the enterprise is carried out; the analysis of foreign economic activity of the enterprise is carried out; the use of PJSC "Korosten MDF Plant" marketing technologies in foreign markets is analyzed; identified areas for improving the strategy of the enterprise PJSC "Korosten MDF Plant" to foreign markets; the formation of the export development program of PJSC "Korosten MDF Plant" to the foreign market of Poland is substantiated; a forecast assessment of the effectiveness of the proposed measures was made.

Key words: strategy of entering the foreign market, foreign economic activity, strategic opportunities, efficiency, promotion, export.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що українська промисловість характеризується значним експортним потенціалом, а це в свою чергу збільшує проблему пошуку напрямів його ефективного використання в умовах гострої конкурентної боротьби на ринках зовнішніх ринках. Одним з найбільш ефективних напрямів підвищення експортного потенціалу є впровадження і використання стратегічних інструментів управління при здійсненні експортних операцій. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок відіграє вирішальне значення у підвищенні результативності зовнішньоекономічної діяльності та є одним з основних факторів, що сприяють освоєнню зовнішніх ринків та подальшої виробничої діяльності за кордоном.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження у роботі є процес формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування стратегії виходу підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускні кваліфікаційну роботу – ПрАТ «Коростенський завод МДФ», м. Чернігів.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи є науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо розробки та впровадження стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

Основними завданнями, виконання яких сприяло досягненню поставленої мети, є:

- здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства;

- провести дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ»;

- здійснити оцінку ефективності стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок;
- навести обґрунтування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок;
- здійснити визначення умов для реалізації стратегії виходу на новий зовнішній ринок;
- спрогнозувати показники ефективності розробленої стратегії виходу на зовнішні ринки.

Методи дослідження. Методологічною основою дипломної роботи є сукупність методів і прийомів наукового пізнання. Як загальнонауковий метод використовувався системний підхід, який дозволив визначити сутність стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. У процесі дослідження були використані такі методи: теоретичного узагальнення та порівняння; статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу.

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

Основний науковий результат роботи полягає у наступному:

1. Здійснено аналіз фінансового стану ПрАТ «Коростенський завод МДФ», його зовнішньоекономічної діяльності, зокрема – оцінку показників її ефективності.
2. Проведено аналіз формування стратегії виходу підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки.
3. Визначено напрями удосконалення стратегії виходу підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки.
4. Обґрунтовано формування програми заходів при виході ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок Польщі.

5. Здійснено прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів.

Ключові слова: стратегія виходу на зовнішній ринок, зовнішньоекономічна діяльність, стратегічні можливості, ефективність, просування, експорт.

Зміст роботи викладено на 52 сторінках, має 21 таблиці, 9 рисунків, список використаних джерел з 37 найменуваннями, 3 додатки.

Рік виконання ВКР - 2020

Рік захисту ВКР - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПРАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ»	10
1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства.....	10
1.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ».....	19
1.3. Оцінка ефективності стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок.....	26
Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» НА НОВІ ЗОВНІШНІ РИНКИ	32
2.1. Обґрунтування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.....	32
2.2. Визначення умов для реалізації стратегії виходу на новий зовнішній ринок	40
2.3. Прогнозна оцінка ефективності розробленої стратегії виходу на зовнішні ринки.....	48
Висновки до розділу 2.....	50
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність обраної теми полягає в тому, що українська промисловість характеризується значним експортним потенціалом, а це в свою чергу збільшує проблему пошуку напрямів його ефективного використання в умовах гострої конкурентної боротьби на ринках зовнішніх ринках. Одним з найбільш ефективних напрямів підвищення експортного потенціалу є впровадження і використання стратегічних інструментів управління при здійсненні експортних операцій. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок відіграє вирішальне значення у підвищенні результативності зовнішньоекономічної діяльності та є одним з основних факторів, що сприяють освоєнню зовнішніх ринків та подальшої виробничої діяльності за кордоном.

Вагомий вклад у дослідження питань розробки та запровадження стратегій виходу на зовнішні ринки досліджують як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Значення стратегічного планування у зовнішньоекономічній діяльності у своїх роботах досліджували Кандиба А.М., Кіндратова М.В., Кириченко О.А., Князь С.В., Кузнецова К.О., Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Мадяр Р. О., Малярець Л. М., Невмержицький В.І., Оверко М.А., Піддубна Л. І., Шестакова О. А., Реутов В. Є., Рогожин В.Д., Трифонова О. Д., Ус Т.В., Федоронько Н.І., тощо. Проте особливостям формування експортної стратегії підприємств АПК на сьогодні не приділено достатньої уваги, що робить дане дослідження досить актуальним. Підхід кожного автора передбачає висвітлення окремих питань у сфері формування експортної стратегії підприємства на зовнішньому ринку. Водночас недостатньо дослідженими залишилися питання, що стосуються особливостей напрямку розвитку експорту сільськогосподарської продукції та агросировини.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи є науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо розробки та впровадження стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

- здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства;
- провести дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ»;
- здійснити оцінку ефективності стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок;
- навести обґрунтування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок;
- здійснити визначення умов для реалізації стратегії виходу на новий зовнішній ринок;
- спрогнозувати показники ефективності розробленої стратегії виходу на зовнішні ринки.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження у роботі є процес формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування стратегії виходу підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки.

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

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

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» в напрямку удосконалення процесу формування експортної стратегії підприємства-суб'єкта ЗЕД.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження було підготовлено наукову статтю на тему «Експортна стратегія

підприємств на ринку сільськогосподарської продукції» і опубліковано у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ.

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури із 38 джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 50 с.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПРАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ»

1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства

Коростенський завод МДФ - це екологічно чисте виробництво плит МДФ та ламінату під торговою маркою REZULT. Завод оснащений сучасним виробничим обладнанням, має великі складські приміщення та мережу транспортних комунікацій.

Коростенський завод МДФ пропонує ринку такі продукти REZULT як: плити МДФ, плити ХДФ, ламіновані підлогові покриття і пиломатеріали.

Завод розрахований на виробництво 900 м³ плит МДФ на добу, що відповідає продуктивності - близько 300000 м³ / рік.

Місце розташування підприємства - м.Коростень, Житомирської області. База підприємства включає в себе все, що необхідно для виробництва якісної продукції. Крім технологічної лінії по виробництву МДФ, завод має великі складські приміщення, мережею транспортних комунікацій, інженерними мережами. Завод оснащений технологічними лініями провідного німецького постачальника обладнання для деревообробної промисловості «Siempelkamp».

Устаткування лінії дозволяє випускати шліфовані плити товщиною від 3 до 40 мм, що повністю відповідають вимогам європейського стандарту EN622-5 з вмістом формальдегіду, відповідного класу токсичності E1 (найжорсткіші вимоги). Якість готової продукції визначальним чином залежить від рівня техніко-технологічної бази виробництва. Тому Коростенський завод МДФ з самого початку орієнтований на використання техніки компаній-лідерів на ринку обладнання для деревообробної промисловості.

На підприємстві встановлені технологічні лінії німецьких компаній Siempelkamp - загальновизнаного лідера обладнання для виробництва деревних плит, лінія ламінування фірми Wemhöner і лінія по виробництву ламінованої підлоги фірми Homag. Додаткова комплектація також здійснюється компанією Siempelkamp з використанням обладнання таких гігантів, як Metso, Бюттнер і

інші.

На заводі встановлено прес прес ContiRoll довжиною 40 метрів, здатний розвивати тиск на 1-му ділянці до 500 Н / см². Конструкція даного преса дозволяє здійснювати процес пресування в безперервному режимі з розподілом тиску, як по довжині преса, так і по ширині, що призводить, в результаті, до збільшення продуктивності, зниження витрат сировини і матеріалів і високій якості готової продукції.

Лінія з виробництва МДФ повністю автоматизована і керується системою контролерів одного з світових лідерів в області автоматизації - фірми Siemens, що обмежує вплив людського фактора тільки коригуванням роботи лінії, в разі необхідності, з боку висококваліфікованих операторів і технологів. У сукупності з іншими технологічними і логістичними перевагами це дозволяє підприємству знизити вартість МДФ і ХДФ-плит для кінцевого споживача.

Розглянемо спочатку основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства. Для цього проаналізуємо формування його доходів, витрат, майнового потенціалу та капіталу. Динаміку показників обсягу активів та їх структури наведено у Додатку Б (таблиці Б1 та Б2). Розрахунки проведено за даними фінансової звітності (Додаток А1-А5).

Як свідчать дані таблиці Б.1, в цілому за досліджуваний період (2015-2019 рр.) обсяг активів підприємства не мав визначеної динаміки. Так у 2016 році порівняно з 2015-м роком зростання обсягу активів становило 225735 тис. грн. або 15,4%. У 2016-2017 рр. на підприємстві було здійснено переоцінку активів, внаслідок чого у 2017 році зниження активів склало 47356 тис. грн., а у 2018 році обсяг активів знову збільшився на 58773 тис. грн., у 2019 році – відбулося зменшення активів на 11580 тис.грн.

У структурі активів (табл. Б.2) підприємства можна спостерігати найбільшу частку необоротних активів, яка упродовж 2015–2019 постійно зменшувалась внаслідок зносу основних засобів. Якщо у 2015 році на необоротні активи припадало 78,40%, то у 2019 році частка оборотних активів становила 61,47%.

Динаміка пасивів підприємства була ідентичною до динаміки активів (таблиця Б.3). Можна помітити, що найбільшими темпами зростали обсяги

поточних зобов'язань підприємства, зокрема його товарної кредиторської заборгованості. У 2015-2016 рр. поточні зобов'язання зросли на 281,7%, у 2016-2017 рр. – на 72,7%, а у 2019 році – відбувся їх скорочення на 3,2%. Зниження обсягу поточних зобов'язань було спричинено зменшенням номативу обсягів товарної кредиторської заборгованості у 2019 році.

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

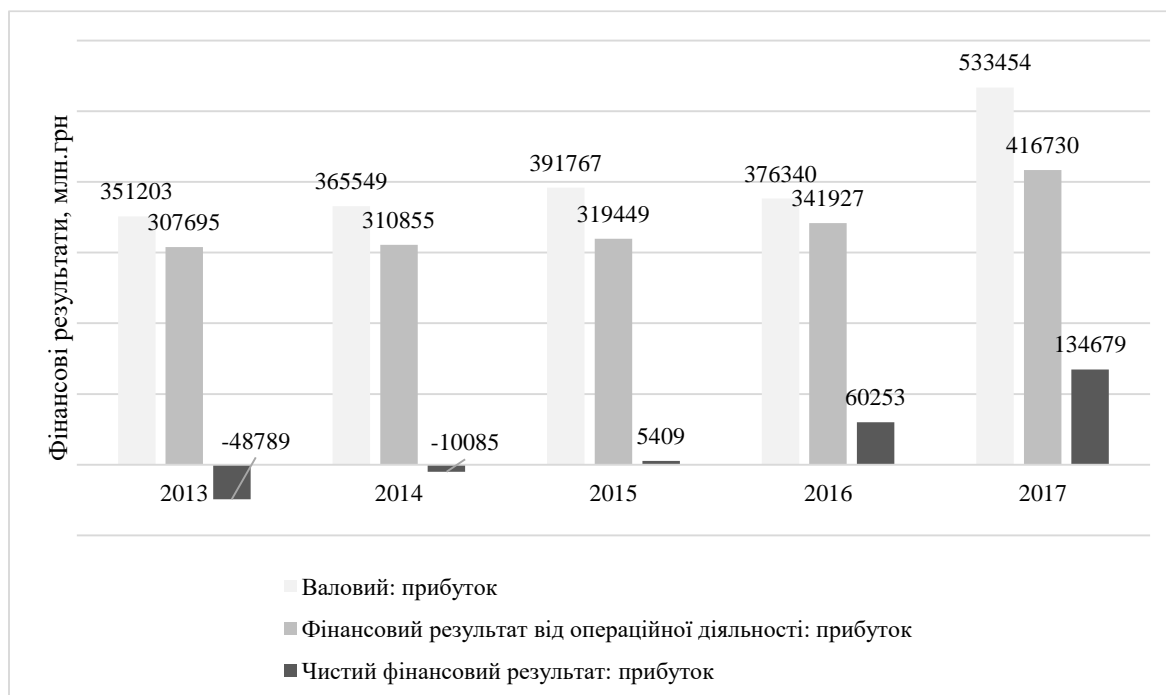


Рис. 1.1. Динаміка показників фінансових результатів підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр., тис. грн.

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані фінансової звітності підприємства, воно упродовж 2015–2019 рр. обсяги доходів підприємства мали постійну тенденцію до зростання. У 2016 році доходи зросли на 1,5%, у 2017 році – на 7,1%, у 2018 році – на 28,7%. У 2019 році обсяг доходів підприємства зріс на 14,6%, що було зумовлено зростанням обсягів як експортної реалізації, так і продажу продукції на внутрішньому ринку (рис. 1.1).

Обсяги валового прибутку у 2016 році зросли на 14346 тис. грн. або на 4,1%, у 2017 році – на 26218 тис.грн або на 7,2%, у 2018 році – скоротилися на 15427 тис.грн або на 3,9%. У 2019 році відбулось зростання валового прибутку на 157114 тис.грн або на 41,7%. В тому числі обсяг фінансових результатів від

операційної діяльності та чистого прибутку зросли відповідно на 74426 або 123,5% (рис. 1.1). Підприємство не нараховувало податок на прибуток, оскільки воно має високе сальдо податкового кредиту з податку на прибуток, яке утворилося внаслідок інвестиційної діяльності.

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

Таблиця 1.1

Динаміка показників ліквідності та платоспроможності підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр.

Показники	Станом на кінець року, пунктів					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Коефіцієнт проміжної ліквідності	1,135	0,441	0,446	0,460	0,498	-0,695	0,006	0,014	0,038
Коефіцієнт миттєві ліквідності	0,076	0,019	0,009	0,024	0,027	-0,057	-0,010	0,016	0,002
Коефіцієнт загальної платоспроможності	3,520	1,285	0,940	1,093	1,141	-2,235	-0,345	0,153	0,048
Рівень ліквідності дебіторської заборгованості	0,655	0,161	0,081	0,155	0,152	-0,495	-0,079	0,074	-0,003

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Коефіцієнт загальної платоспроможності станом на 31.12.2019 р. збільшився на 0,048 пункти порівняно з значенням даного показника на 31.12.2018 р. При цьому зростання показника проміжної ліквідності склало 0,038, що свідчить про зростання обсягу товарної дебіторської заборгованості у покритті поточних зобов'язань порівняно з іншими ліквідними активами підприємства. Значення показника загальної платоспроможності знаходиться на задовільному рівні, однак близькому до критичного (діапазон 1,093-1,141).

Як видно з таблиці 1.1. значення показника ліквідності дебіторської заборгованості складає 0,152 у 2019 році, що свідчить про здатність

дебітосьрської заборгованості перекрити усі поточні зобов'язання на 15,2%. Проаналізувавши показники ліквідності і платоспроможності можна вважати, що загальний стан платоспроможності підприємства є задовільним.

Динаміку показників фінансової стійкості наведено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

**Динаміка показників фінансової стійкості підприємства ПрАТ
«Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр.**

Актив	Станом на кінець року, пунктів					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Коефіцієнт самофінансування	-0,076	-0,073	-0,073	-0,034	-0,030	0,003	0,000	0,039	0,004
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-2,027	-0,791	0,297	-0,946	-1,594	1,236	1,088	-1,243	-0,648
Коефіцієнт заборгованості	1,076	1,073	1,073	1,034	1,030	-0,003	0,000	-0,039	-0,004
Коефіцієнт фінансового леверіджу	0,060	0,233	0,506	0,504	0,488	0,173	0,273	-0,003	-0,016

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані табл. 1.2, динаміка коефіцієнтів самофінансування, фінансової автономії та маневреності власного капіталу свідчить про зниження рівня фінансової самостійності підприємства. За рахунок того, що оборотні активи є меншими за обсяг поточних зобов'язань підприємства, воно має негативне значення обсягу власного оборотного капіталу. Про це свідчить динаміка коефіцієнта маневреності власного капіталу, який складає -1,594 пункти станом на кінець 2019 року. Можна зробити висновки, що підприємство працювало неефективно у плані забезпечення своєї фінансової рівноваги.

Динаміку показників ділової активності у разях обороту наведено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

**Показники оборотності активів підприємства ПрАТ
«Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр., у разях обороту**

Актив	Роки, разів	Абсолютне відхилення, (+/-)
-------	-------------	-----------------------------

	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Коефіцієнт оборотності активів	0,66	0,63	0,64	0,82	0,93	-0,02	0,01	0,18	0,11
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	20,09	17,55	20,72	19,74	17,73	-2,55	3,18	-0,98	-2,01
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	45,71	12,39	7,50	7,82	6,48	-33,32	-4,89	0,32	-1,35

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані таблиці 1.3, рівень оборотності активів досліджуваного підприємства перебуває на невисокому рівні. Активи обертаються в середньому 0,6-0,9 рази на рік. Зокрема дебіторська заборгованість – 6,48 разів, а кредиторська заборгованість – 17,73 рази. Зниження рівня оборотності кредиторської та дебіторської заборгованості у 2018-2019 рр. та паралельне зростання оборотності активів свідчить про зниження у складі активів низьколіквідної їх частини. Тобто, у структурі оборотних активів зменшилась частка запасів, які є менш ліквідними порівняно з іншими поточними активами.

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

Таблиця 1.4

**Динаміка періоду обороту активів підприємства ПрАТ
«Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр.**

Актив	Роки, днів					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Період обороту активів, дн	549,1	567,6	559,9	436,4	386,1	18,4	-7,6	-123,5	-50,4
Період обороту запасів, дн	17,9	20,5	17,4	18,2	20,3	2,6	-3,1	0,9	2,1
Період обороту дебіторської заборгованості, дн	7,9	29,1	48,0	46,0	55,6	21,2	18,9	-2,0	9,6

Тривалість операційного циклу, дн	25,8	49,6	65,4	64,3	75,9	23,8	15,8	-1,1	11,6
Період обороту кредиторської заборгованості, дн	7,9	29,1	48,0	46,0	55,6	21,2	18,9	-2,0	9,6
Тривалість фінансового циклу, дн	17,9	20,5	17,4	18,2	20,3	2,6	-3,1	0,9	2,1

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

У 2018-2019 рр. спостерігається зниження показників періоду обороту сукупних активів, що в значній мірі зумовлено зменшенням у цьому періоді пасивної частини основних засобів та малоліквідних оборотних активів.

Період обороту дебіторської заборгованості у 2018-2019 рр. збільшився на 9,6 дня за рахунок зростання рівня її погашення. В зв'язку з наведеними вище факторами тривалість операційного циклу знизилась у 2018–му році на 2,0 дні, у 2019–му – збільшилася на 11,6 дні (рис. 1.2). Тривалість фінансового циклу характеризує період від вкладання коштів до їх повернення (період повного обороту грошових коштів інвестованих в оборотні активи з моменту погашення кредиторської заборгованості). У 2018–му році тривалість фінансового циклу зросла на 0,9 дні внаслідок скорочення періоду обороту кредиторської заборгованості на 2 дні та зростання тривалості операційного циклу.

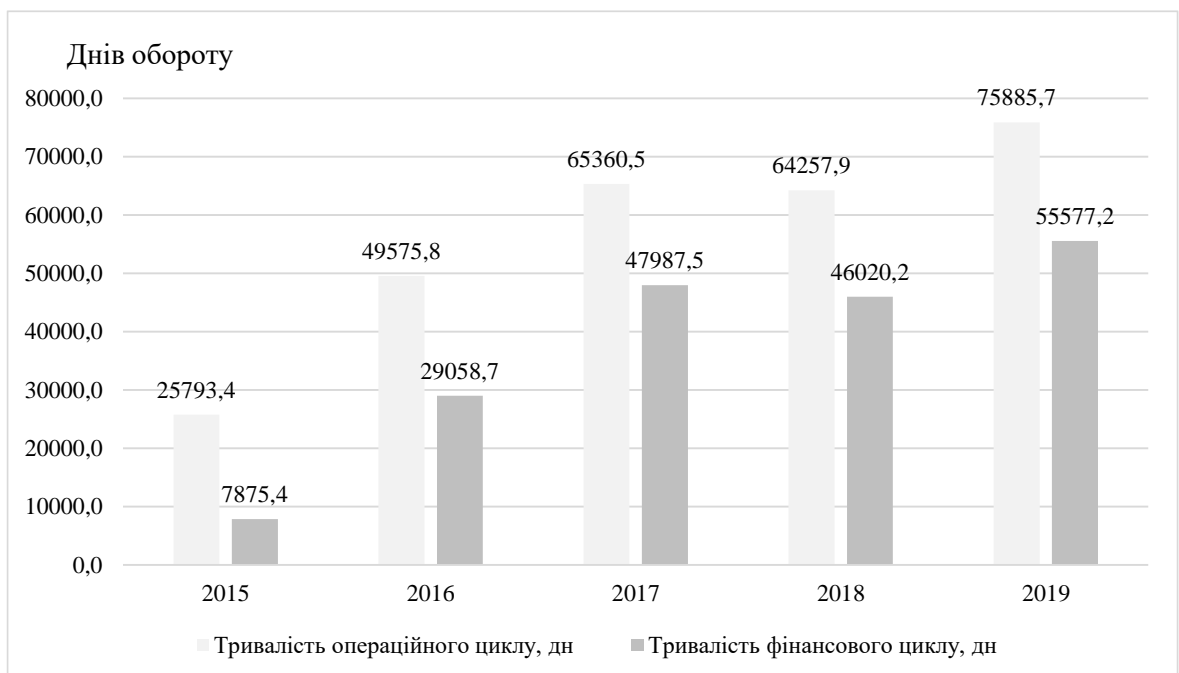


Рис. 1.2. Динаміка тривалості операційного та фінансового циклу підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр., днів

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

У 2019–му році тривалість фінансового циклу збільшилася на 2,1 дні переважно внаслідок зростання тривалості операційного циклу цього періоду (рис. 1.2). Вихдячи з наведеного, в цілому можна зробити висновок про те, що перевищення тривалості операційного циклу над фінансовим свідить про наявність у обороті підприємства значного обсягу ресурсів, які інвестовані у запаси та дебіторську заборгованість. Це зумовлене виробничою специфікою роботи підприємства.

Праналізуємо показники рентабельності діяльності підприємства. Аналіз показників рентабельності активів показано у таблиці 1.5. Рентабельність активів у 2018 році порівняно з 2017–м зросла на 3,3%, що може свідчити про зростання результативності використання майнового потенціалу підприємства.

Таблиця 1.5

Аналіз показників рентабельності активів ПрАТ «Коростенський завод МДФ» за 2015–2019 рр.

Актив	Роки, днів					Абсолютне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Рентабельність активів, %	-3,2	-0,6	0,3	3,6	7,9	2,6	1,0	3,3	4,3
Рентабельність оборотних активів, %	-14,4	-2,7	1,1	10,0	20,7	11,7	3,7	8,9	10,7
Рентабельність необоротних активів, %	-4,2	-0,8	0,5	5,6	12,8	3,3	1,3	5,1	7,2
Рентабельність реалізації, %	-4,9	-1,0	0,5	4,4	8,5	3,9	1,5	3,9	4,1
Валова рентабельність операційних витрат, %	434,1	208,0	118,6	152,1	139,4	-226,1	-89,4	33,5	-12,7

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

У 2019 році показник рентабельності активів порівняно з 2018–м роком зріс на 4,3%, що зумовлено зростання обсягу прибутку. Аналогічну динаміку мав також показник рентабельності оборотних та необоротних активів. Рентабельність реалізації продукції була позитивною у 2017-2019 рр. та мала поступову тенденцію до зростання. Аналогічний характер динаміки був властивий і показнику валової рентабельності операційних витрат.

Отже, проаналізувавши основні особливості фінансово–господарської діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» ми прийшли висновку, що в цілому за досліджуваний період підприємство збільшувало обсяги своєї матеріально-технічної бази та доходи від реалізації продукції. Коефіцієнт загальної платоспроможності станом на 31.12.2019 р. збільшився на 0,048 пункти порівняно з значенням даного показника на 31.12.2018 р. При цьому зростання показника проміжної ліквідності склало 0,038, що свідчить про зростання обсягу товарної дебіторської заборгованості у покритті поточних зобов'язань порівняно з іншими ліквідними активами підприємства. Значення показника загальної платоспроможності знаходиться на задовільному рівні, однак близькому до критичного (діапазон 1,093-1,141). Динаміка коефіцієнтів самофінансування, фінансової автономії та маневреності власного капіталу свідчить про зниження рівня фінансової самостійності підприємства. За рахунок того, що оборотні активи є меншими за обсяг поточних зобов'язань підприємства, воно має негативне значення обсягу власного оборотного капіталу. Про це свідчить динаміка коефіцієнта маневреності власного капіталу, який складає -1,594 пункти станом на кінець 2019 року. Можна зробити висновки, що підприємство працювало неефективно у плані забезпечення своєї фінансової рівноваги. У 2019 році показник рентабельності активів порівняно з 2018–м роком зріс на 4,3%, що зумовлено зростання обсягу прибутку. Аналогічну динаміку мав також показник рентабельності оборотних та необоротних активів. Рентабельність реалізації продукції була позитивною у 2017-2019 рр. та мала поступову тенденцію до зростання. Аналогічний

характер динаміки був властивий і показнику валової рентабельності операційних витрат.

1.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Організація зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ» забезпечена переважно у формі експортних процесів. Імпортні операції відносно невеликі і в основному стосуються запасних частин та обладнання для організації виробництва продукції.

Формування стратегії виходу на зовнішні ринки досліджуваної компанії є важливою частиною її загальної стратегії розвитку. Зовнішньоекономічна стратегія передбачає експорт продукції на ринки різних країн. Експортний дохід компанії є частиною доходу та важливим елементом операційного бюджету.

Процес розробки стратегії компанії ПрАТ "Коростенський завод МДФ" при виході на зовнішні ринки здійснюється на основі таких стандартів та процесів:

- порядок реєстрації компаній, асоціацій, виробничих кооперативів та інших організацій, що здійснюють експортно-імпортні операції;
- аналіз нормативно-правового регулювання питань виходу на зовнішні ринки;
- врахуванням положень міжнародного приватного права, що стосуються організації та ведення зовнішньоторговельних операцій;
- обґрунтування митних режимів;

Для ефективного виходу на зовнішній ринок на рівні компанії встановлюється відповідна структура управління.

У ПрАТ «Коростенський завод МДФ» основні функції в сфері управління експортом бере на себе комерційний відділ. Комерційний директор, який контролює роботу менеджерів з експортного напрямку, відповідає за організацію експортних продажів на заводі ПрАТ «Коростенський завод МДФ». Компанія постачає продукцію на зовнішні ринки переважно на умовах

EXW. Компанія-контрагент несе всі транспортні витрати при повному експорті продукції. Експортні витрати ПрАТ "Коростенський завод МДФ" складаються з наступних компонентів: виробничі витрати, накладні витрати (включаючи розподілені витрати на оплату праці адміністративного персоналу, що бере участь у підтримці виробництва), витрати на організацію експортних операцій (документообіг, підтримка інформаційної системи, витрати), що оплачуються за роботу працівників, що беруть участь у експортних послугах), маркетингові витрати (витрати на маркетинг та просування продукції на експорт).

Розглянемо особливості здійснення заходів щодо виходу на зовнішній ринок заводу ПрАТ «Коростенський завод МДФ». Для цього варто оцінити показники експорту в цілому та у розрізі регіональної та товарної структури, а також визначити показники ефективності експортних контрактів і операцій. Розробка стратегії виходу на зовнішні ринки для заводу ПрАТ «Коростенський завод МДФ», який реалізує продукцію деревообробної галузі, служить для визначення товарного асортименту - тобто компанія реалізує стійкий асортимент товарів, що включає такі товарні групи:

- Плита МДФ ламінована;
- Плита ХДФ ламінована;
- Ламінат в асортименті;
- Шпонований ХДФ;
- інша продукція.

Усі види продукції виробляються на спеціальних автоматизованих лініях підприємства. Продукція, яка спрямована на експорт, має окремий товарний склад та маркування, що відрізняється від продукції, призначеної для внутрішнього ринку. Проведемо спочатку оцінку динаміки обсягу та структури експорту за основними видами продукції, географічними напрямками. Показники обсягу експорту за товарними групами а географічними напрямками показано у таблиці 1.6 та на рис. 1.3.

Таблиця 1.6

**Аналіз динаміки обсягів експорту ПрАТ «Коростенський завод МДФ» у
2015–2019рр., млн.грн**

Товарні групи	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Плита МДФ ламінована	151812	189681	212765	280552	318613	37869	23084	67787	38061	24,9	12,2	31,9	13,6
Плита ХДФ ламінована	34790	14050	27079	53952	78028	20740	13029	26873	24075	-59,6	92,7	99,2	44,6
Ламінат в асортименті	82232	84303	85106	140276	143051	2071	803	55170	2775	2,5	1,0	64,8	2,0
Шпонований ХДФ	25302	42151	34816	37767	71525	16849	-7335	2950	33759	66,6	-17,4	8,5	89,4

продовження табл. 1.6

Товарні групи	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Інша продукція	22139	21076	27079	26976	39014	-1064	6004	-103	12038	-4,8	28,5	-0,4	44,6
Разом, експорт продукції	316275	351262	386846	539523	650230	34987	35584	152677	110707	11,1	10,1	39,5	20,5

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Результати таблиці 1.6 свідчать, що підприємством у 2015р. експортовано продукції на суму 316275 тис.грн., у 2016р. – 351262 тис.грн. у 2017р. – 386846 тис.грн., у 2018р. – 539523 тис.грн. та у 2019р. – 650230 тис.грн. Обсяги експорту продукції підприємства зросли у 2016р. на 11,1%, у 2017 році – зросли на 10,1% у 2018 році – на 39,5%. У 2019 році обсяг експорту підприємства зріс на 20,5%, що було зумовлено загальною тенденцією збільшення обсягів діяльності.

Товарну структуру експорту продукції підприємства наведено на рисунку 1.3.

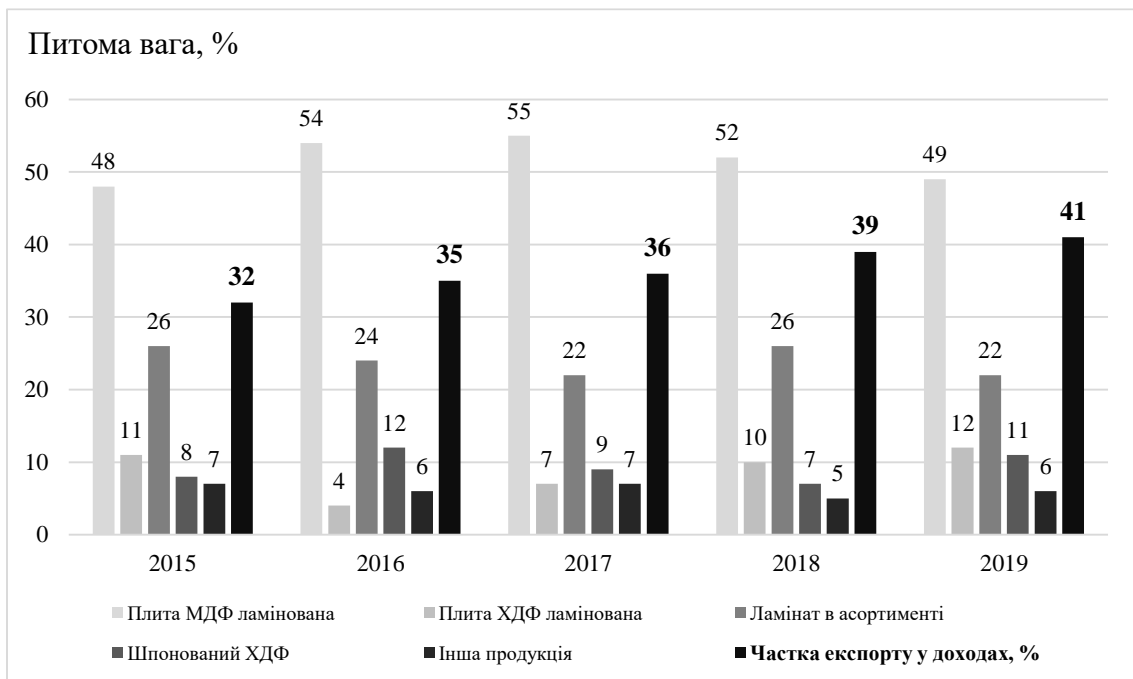


Рис. 1.3. Товарна структура експорту підприємства за 2015–2019 рр., %

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

У 2019 році збільшення обсягу експорту відбувалось по таким товарним групам – «Плита МДФ ламінована» (13,6%), «Плита ХДФ ламінована» (44,6%), «Ламінат в асортименті» (2,0%), «Шпонований ХДФ» – на 89,4%, «Інша продукція» - на 44,6% (це деревностружкові плити, які використовуються як сировина для виробництва меблів). Особливим попитом на зарубіжних ринках, зокрема Західної Європи та Казахстану, користується товарна група «Плита МДФ ламінована» та «Ламінат в асортименті». Продукція «Плита МДФ ламінована» використовуються для виробництва меблів.

Як свідчать дані рис. 1.3, в цілому у товарній структурі експорту найбільшу питому вагу займають такі товарні позиції як «Плита МДФ ламінована» та «Ламінат в асортименті». На товарну групу «Плита МДФ ламінована» впродовж 2015–2019 рр. в середньому припадало 49% від загального обсягу експорту. Товарна група «Ламінат в асортименті» займала 22% від загального обсягу експортованої продукції.

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

Таблиця 1.7

Аналіз динаміки обсягів експорту ПрАТ «Коростенський завод МДФ» за географічними напрямками у 2015–2019 рр., тис.грн

Регіони та країни	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Країни СНД	101511	116282	112928	173746	212632	14771	-3354	60817	38887	14,6	-2,9	53,9	22,4
– Казахстан	49334	69906	70783	119750	152174	20572	877	48967	32424	41,7	1,3	69,2	27,1
– Білорусія	38884	35452	32879	34523	32527	-3432	-2573	1644	-1996	-8,8	-7,3	5,0	-5,8
– інші	13294	10872	9267	19419	27932	-2422	-1605	10152	8513	-18,2	-14,8	109,6	43,8
Країни ЄС	214764	235032	273865	365777	437658	20268	38833	91912	71881	9,4	16,5	33,6	19,7

продовження табл. 1.7

Регіони та країни	Роки					Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, (+/-)			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
- Німеччина	35117	30567	24345	21577	0	-4550	-6223	-2768	-21577	-13,0	-20,4	-11,4	-100,0
– Чехія	72413	110977	136959	227148	282220	38564	25982	90189	55072	53,3	23,4	65,9	24,2
– Італія	100255	81145	101724	109016	133976	-19110	20579	7291	24960	-19,1	25,4	7,2	22,9
– інші	6979	12290	10837	8091	21463	5311	-1453	-2746	13372	76,1	-11,8	-25,3	165,3
Разом	316275	351262	386846	539523	650230	34987	35584	152677	110707	11,1	10,1	39,5	20,5

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані таблиці 1.7, основними регіональними напрямками експорту продукції підприємства були два – країни СНД (Казахстан, Білорусія, тощо) та країни Європейського Союзу. Експорт продукції до країн СНД у 2015 році становив 101511 тис.грн., а у 2019 році він збільшився до 212632 тис.грн., що становить 22,4% приросту відносно 2018 року.

Експорт продукції до Казахстану за 2018-2019 рр. збільшився на 27,1%, до Білорусії – скоротився на 5,8%. Найбільші обсяги експорту до країн ЄС спостерігалися за такими напрямками як Італія та Чехія. Експорт продукції до країн ЄС у 2015 році становив 214764 тис.грн., а у 2019 році він збільшився до 437658 тис.грн., що становить 19,7% приросту відносно 2018 року. Експорт

продукції до Німеччини за 2018-2019 рр. скотився на 100,0%, до Чехії – зріс на 24,2%, до Італії - збільшився на 22,9%.

Структуру експорту продукції ПрАТ «Коростенський завод МДФ» за географічними напрямками наведено у табл. 1.8 та на рис. 1.6. Відмітимо, що формування географічної структури експорту в рамках комерційного відділу відбувається виходячи з вивчення середовища окремих країн на рівень його сприятливості для ведення міжнародного бізнесу. На сьогодні для заводу найбільш сприятливі умови для експорту існують на ринках країн ЄС, враховуючи ряд торговельних преференцій.

Таблиця 1.8

Аналіз динаміки географічної структури експорту ПрАТ «Коростенський завод МДФ» у 2015–2019 рр., %

Вид продукції	Роки					Абсолютне відхилення (+/-), %			
	2015	2016	2017	2018	2019	у 2016 до 2015	у 2017 до 2016	у 2018 до 2017	у 2019 до 2018
Країни СНД	32,1	33,1	29,2	32,2	32,7	1,0	-3,9	3,0	0,5
– Казахстан	15,6	19,9	18,3	22,2	23,4	4,3	-1,6	3,9	1,2
– Білорусія	12,3	10,1	8,5	6,4	5,0	-2,2	-1,6	-2,1	-1,4
– інші	4,2	3,1	2,4	3,6	4,3	-1,1	-0,7	1,2	0,7
Країни ЄС	67,9	66,9	70,8	67,8	67,3	-1,0	3,9	-3,0	-0,5
– Німеччина	11,1	8,7	6,3	4,0	0,0	-2,4	-2,4	-2,3	-4,0
– Чехія	22,9	31,6	35,4	42,1	43,4	8,7	3,8	6,7	1,3
– Італія	31,7	23,1	26,3	20,2	20,6	-8,6	3,2	-6,1	0,4
– інші	2,2	3,5	2,8	1,5	3,3	1,3	-0,7	-1,3	1,8
Разом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-	-	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Відмітимо, що 2015-2019 рр. структура експорту у розрізі регіонів була стабільною. В межах регіону напрямку СНД за обсягами експорту домінували такі країни як Білорусія та Казахстан, на які у 2019 році припадало відповідно

23,4% та 5,0%. Важливо відмітити значні перспективи розвитку експортної діяльності на ринку Казахстану, які відкрилися після 2015 року. Зважаючи на те, що дана країна обрала стратегію на інтенсивний розвиток будівельного сектору, це спровокувало відкладений попит на продукцію з МДФ, враховуючи також потреби девелоперів офісних центрів Казахстану у меблях, конструкціях з МДФ а ХДФ. Ринок Білорусії є менш привабливим та з огляду останніх подій потребує заміщення на альтернативні ринки інших країн.

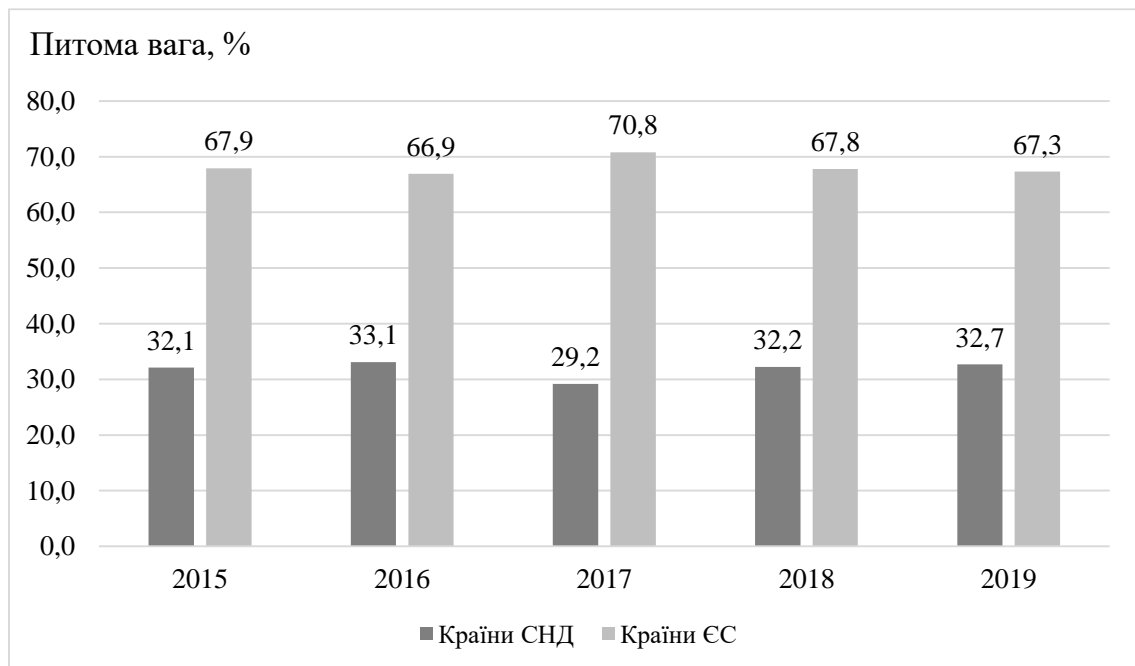


Рис. 1.6. Географічна структура експорту підприємства за 2015–2019 рр., %

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

З даних рис. 1.6 можемо бачити, що в цілому у географічній структурі експорту найбільшу питому вагу займають країни ЄС. На даний регіон припадало у 2019 році 67,3% від загального обсягу експорту підприємства. На країни СНД протягом аналізованого періоду припадало приблизно 32,7% від загального обсягу експорту.

Отже, аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства дає підстави свідчити про те, що обсяги експорту мають тенденцію до зростання. Обсяги експорту продукції підприємства зросли у 2016р. на 11,1%, у 2017 році – зросли на 10,1% у 2018 році – на 39,5%. У 2019 році обсяг експорту підприємства зріс на 20,5%, що було зумовлено загальною тенденцією збільшення обсягів діяльності. У товарній структурі експорту найбільшу питому вагу займають такі

товарні позиції як «Плита МДФ ламінована та «Ламінат в асортименті. На товарну групу «Плита МДФ ламінована впродовж 2015–2019 рр. в середньому припадало 49% від загального обсягу експорту. Товарна група «Ламінат в асортименті» займала 22% від загального обсягу експортованої продукції. Основними регіональними напрямками експорту продукції підприємства були два – країни СНД (Казахстан, Білорусія, тощо) та країни Європейського Союзу. Експорт продукції до країн СНД у 2015 році становив 101511 тис.грн., а у 2019 році він збільшився до 212632 тис.грн., що становить 22,4% приросту відносно 2018 року. В межах регіону напрямку СНД за обсягами експорту домінували такі країни як Білорусія та Казахстан, на які у 2019 році припадало відповідно 23,4% та 5,0%. Важливо відмітити значні перспективи розвитку експортної діяльності на ринку Казахстану, які відкрилися після 2015 року.

1.3. Оцінка ефективності стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок

Оцінка ефективності стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішній ринок передбачає визначення її впливу на ключові показники експортної діяльності, що відображають результати проведення експортних операцій на зовнішніх ринках. Для оцінки ефективності зовнішньоторговельних контрактів ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішніх ринках доцільно вирішити наступні завдання:

- оцінити рівень ефективності експортних операцій підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» у розрізі усіх експортних контрактів;
- оцінити показники ефективності експорту у розрізі окремих контрактів (на прикладі продукції «Ламінат в асортименті»).

Для визначення показників ефективності експортної діяльності варто враховувати структуру витрат з експорту, яка представлена такими калькуляційними статтями:

- виробничі витрати (прямі та непрямі) – це прямі витрати, що відносяться на собівартість продукції;

- накладні витрати – непрямі витрати, які також відносяться на собівартість продукції;
- витрати по обслуговуванню ЗЕД (адміністративні та збутові) – це витрати по забезпеченню самого процесу експортної реалізації.

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

Таблиця 1.9

**Показники ефективності здійснення експортних операцій ПрАТ
«Коростенський завод МДФ» за 2015-2019 рр., тис.грн**

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2015-2019 рр.		2018-2019 рр.	
		2015	2016	2017	2018	2019	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис.грн	Де	316275	351262	386846	539523	650230	333955	105,6	110707	20,5
Виробничі витрати (прямі та непрямі), тис.грн	Вв	186587	211565	240715	332130	384839	198252	106,3	52708	15,9
Накладні витрати, тис.грн	Нв	21980	26329	29500	44804	49721	27741	126,2	4917	11,0
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), тис.грн	СВ = Вв + Нв	208566	237894	270214	376935	434560	225993	108,4	57625	15,3
Витрати по обслуговуванню ЗЕД (адміністративні та збутові), тис.грн	Во	10990	13165	14750	22402	24861	13871	126,2	2458	11,0
Загальні витрати на ЗЕД, тис.грн	ЗВ=СВ+Во	219556	251059	284964	399337	459420	239864	109,2	60084	15,0
Ефект від експорту, тис.грн	Ее = Де - ЗВ	96719	100203	101882	140186	190810	94091	97,3	50624	36,1
Ефективність експорту	Ее = Де / ЗВ	1,44	1,40	1,36	1,35	1,42	-0,03	-1,7	0,06	4,8
Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій, %	Ре = Ее / ЗВ x 100%	44,1	39,9	35,8	35,1	41,5	-2,5	-	6,1	-
Рентабельність експортної реалізації, %	Ре = Ее / Де x 100%	30,6	28,5	26,3	26,0	29,3	-1,4	-	3,6	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані табл. 1.9 в цілому динаміка ефективності експортної діяльності є нерівномірною. У 2015 році показник ефективності експортних операцій становив 1,44, а у 2017-2018 роках ефективність експорту знизилась до 1,40 та 1,36 пункти відповідно. У 2019 році відбулося зростання ефективності експорту на 0,06 пункти до рівня 1,42 пункти. Така ситуація зумовлена тим, що у 2017-2018 рр. відбувалося значне зростання собівартості випущеної продукції, внаслідок чого рівень ефективності експорту зменшувалася. У 2019 році витрати з виробництва продукції були оптимізовані, що вплинуло на зростання ефективності експорту.

Отже, виходячи з наведеної динаміки показника ефективності експорту можна сказати, що у 2019 році зростала і ефективність експортної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ». У 2015-2019 рр. помітним було збільшення обсягу ефекту від експорту на 50624 тис.грн або на 36,1%. При цьому варто відмітити, що на зміну ефекту від експорту у 2019 році впливали такі чинники:

- зростання обсягу доходів від експортної реалізації на 20,5% вплинуло на збільшення ефекту від експорту;

- темпи зростання сукупних виробничих витрат та витрат по обслуговуванню експорту складали відповідно 15,3% та 11,0%, що впливало на зниження ефекту від експорту.

Як свідчать дані 1.9, у 2015 році рентабельність витрат на експорт становила 44,1%, а рентабельність експортної реалізації – 30,6%. У 2018 році показники рентабельності експортної діяльності були найменшими, що спричинене значними обсягами витрат.

З метою подальшого проведення оцінки ефективності експорту скористаємося управлінською інформацією відділу ЗЕД підприємства щодо основних параметрів ефективності контрактів щодо постачання ключових експортних продуктових позицій - «Плита МДФ ламінована» та «Ламінат в асортименті» за 2015-2019 рр. Показники оцінки ефективності експортних операцій ПрАТ «Коростенський завод МДФ» по товарній групі «Плита МДФ ламінована» за 2015-2019 рр. наведено у табл. 1.10.

Оцінка ефективності експортних операцій ПрАТ «Коростенський завод МДФ» по товарній групі «Плита МДФ ламінована» за 2015-2019 рр.

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2015-2019 рр.		2018-2019 рр.	
		2015	2016	2017	2018	2019	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис.грн	Де	151812	189681	212765	280552	318613	166801	109,9	38061	13,6
Виробничі витрати (прямі та напрямі), тис.грн	Вв	101987	130096	150761	172708	185385	83397	81,8	12677	7,3
Накладні витрати, тис.грн	Нв	12014	16190	18476	23298	23952	11938	99,4	653	2,8
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), тис.грн	СВ = Вв + Нв	114001	146286	169237	196006	209337	95335	83,6	13331	6,8
Витрати по обслуговуванню ЗЕД (адміністративні та збутові), тис.грн	Во	6007	8095	9238	11649	11976	5969	99,4	327	2,8
Загальні витрати на ЗЕД, тис.грн	ЗВ=СВ+Во	120009	154381	178475	207655	221312	101304	84,4	13657	6,6
Ефект від експорту, тис.грн	Ее = Де - ЗВ	31804	35300	34290	72897	97300	65497	205,9	24404	33,5
Ефективність експорту	Ее = Де / ЗВ	1,27	1,23	1,19	1,35	1,44	0,17	13,8	0,09	6,6
Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій, %	Ре = Ее / ЗВ x 100%	26,5	22,9	19,2	35,1	44,0	17,5	-	8,9	-
Рентабельність експортної реалізації, %	Ре = Ее / Де x 100%	20,9	18,6	16,1	26,0	30,5	9,6	-	4,6	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані табл. 1.10 у 2015 році рівень ефективності експорту по контрактам з реалізації товарної групи «Плита МДФ ламінована» становив 1,27, а у 2015-2016 роках ефективність експорту по цій групі продукції знизилась до 1,23 пункти, у 2016-2017 рр – до 1,19 пункти, у 2017-2018 рр. – до 1,35 пункти відповідно.

У 2019 році відбулося підвищення ефективності експорту по групі «Плита МДФ ламінована» до рівня 1,44 пункти. Негативна динаміка ефективності експорту була зумовлена збільшенням обсягу витрат на виготовлення продукції у 2016-2018 рр, а також адміністративних і збутових витрат та витрат на обслуговування експортних операцій. Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій у 2018-2019 рр. зростала на 8,9%, а рентабельність експортної реалізації – на 4,6%. Зростання рівня рентабельності та ефективності експорту по аналізованій товарній групі 2019 році було спричинено позитивними наслідками оптимізації накладних витрат.

Результати оцінювання ефективності експортних операцій ПрАТ «Коростенський завод МДФ» по товарній групі «Ламінат в асортименті» за 2015-2019 рр. наведено у табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Оцінка ефективності експортних операцій ПрАТ «Коростенський завод МДФ» по товарній групі «Ламінат в асортименті» за 2015-2019 рр.

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2015-2019 рр.		2018-2019 рр.	
		2015	2016	2017	2018	2019	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис.грн	Де	82232	84303	85106	140276	143051	60819	74,0	2775	2,0
Виробничі витрати (прямі та непрямі), тис.грн	Вв	51132	53605	56049	79340	76081	24950	48,8	-3259	-4,1
Накладні витрати, тис.грн	Нв	7046	7743	7990	12290	11351	4305	61,1	-938	-7,6
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), тис.грн	СВ = Вв + Нв	58178	61348	64039	91630	87433	29255	50,3	-4197	-4,6

продовження табл. 1.11

Показники	Формула	Період					Відхилення (+/-)			
							2015-2019 рр.		2018-2019 рр.	
		2015	2016	2017	2018	2019	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %

Витрати по обслуговуванню ЗЕД (адміністративні та збутові), тис.грн	Во	3523	3872	3995	6145	5676	2153	61,1	-469	-7,6
Загальні витрати на ЗЕД, тис.грн	ЗВ=СВ+Во	61700	65220	68034	97775	93109	31408	50,9	-4666	-4,8
Ефект від експорту, тис.грн	$E_e = D_e - ЗВ$	20531	19083	17072	42501	49942	29411	143,3	7441	17,5
Ефективність експорту	$E_e = D_e / ЗВ$	1,33	1,29	1,25	1,43	1,54	0,20	15,3	0,10	7,1
Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій, %	$P_e = E_e / ЗВ \times 100\%$	33,3	29,3	25,1	43,5	53,6	20,4	-	10,2	-
Рентабельність експортної реалізації, %	$P_e = E_e / D_e \times 100\%$	25,0	22,6	20,1	30,3	34,9	9,9	-	4,6	-

*Джерело: складено автором на матеріалах ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Як свідчать дані табл. 1.11 в у 2015 році показник ефективності експорту з в рамках товарної групи «Ламінат в асортименті» становив 1,33, а у 2015-2016 роках ефективність експорту по цій групі продукції знизилась до 1,29 пункти, у 2016-2017 рр – до 1,25 пункти. У 2017-2018 рр. – збільшилась до 1,43 пункти. У 2019 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Ламінат в асортименті» до рівня 1,54 пункти. Позитивна динаміка ефективності експорту була спричинена зниженням рівня витрат на виготовлення продукції по відношенню до обсягів здійснення експортних операцій.

Отже, виходячи з наведеної динаміки показника ефективності експорту можна сказати, що у 2019 році зростала і ефективність експортної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ». У 2015-2019 рр. помітним було збільшення обсягу ефекту від експорту на 50624 тис.грн або на 36,1%. При цьому варто відмітити, що на зміну ефекту від експорту у 2019 році впливали такі чинники: зростання обсягу доходів від експортної реалізації на 20,5% вплинуло на збільшення ефекту від експорту; темпи зростання сукупних виробничих витрат та витрат по обслуговуванню експорту склали відповідно 15,3% та 11,0%, що впливало на зниження ефекту від експорту. У 2019 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Ламінат в асортименті» до рівня 1,54 пункти. Позитивна динаміка ефективності експорту була

спричинена зниженням рівня витрат на виготовлення продукції по відношенню до обсягів здійснення експортних операцій. Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій у 2018-2019 рр. зростала на 8,9%, а рентабельність експортної реалізації – на 4,6%. Зростання рівня рентабельності та ефективності експорту по аналізованій товарній групі 2019 році було спричинено позитивними наслідками оптимізації накладних витрат.

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження дозволило сформулювати такі висновки:

Упродовж 2015–2019 рр. обсяги доходів підприємства мали постійну тенденцію до зростання. У 2019 році відбулось зростання валового прибутку на 157114 тис.грн або на 41,7%. В тому числі обсяг фінансових результатів від операційної діяльності та чистого прибутку зросли відповідно на 74426 або 123,5%.

Обсяги експорту продукції підприємства зросли у 2016р. на 11,1%, у 2017 році – зросли на 10,1% у 2018 році – на 39,5%. У 2019 році обсяг експорту підприємства зріс на 20,5%, що було зумовлено загальною тенденцією збільшення обсягів діяльності. У товарній структурі експорту найбільшу питому вагу займають такі товарні позиції як «Плита МДФ ламінована та «Ламінат в асортименті.

У 2019 році зростала і ефективність експортної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ». У 2015-2019 рр. помітним було збільшення обсягу ефекту від експорту на 50624 тис.грн або на 36,1%.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» НА НОВІ ЗОВНІШНІ РИНКИ

2.1. Обґрунтування стратегії виходу підприємства на зонішній ринок

Обґрунтування стратегії виходу підприємства на зонішній ринок передбачало здійснення попереднього стратегічного аналізу та діагностики розвитку ПрАТ «Коростенський завод МДФ». Це процес передбачає вивчення

факторів внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності підприємства. Варто відмітити, що цей аналіз уже було проведено у розділі 2. За результатами проведеного аналізу можна навести наступні узагальнюючі висновки стосовно можливостей формування стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки:

- диверсифікація та розробка нових видів продукції, які відповідають тренду зовнішніх ринків ринку (зокрема, на базі заводу МДФ можливим є виробництво меблів-конструкторів, за принципом ІКЕА, що дозволяє споживачу самостійно змінювати їх дизайн, збирати та кріпити до конструкцій приміщення);

- розширення меж діяльності на ринку - вихід на нові ринки збуту, розширення переліку покупців на існуючих експортних ринках;

- розширення засобів маркетингового впливу за рахунок впровадження інноваційних інструментів діджитал-маркетингу.

Тип стратегії виходу на зовнішній ринок для досліджуваного підприємства досить складно визначити, оскільки процес стратегічного управління взагалі не систематизований; будь-які стратегічні орієнтири визначаються суто керівником і часто ним же змінюються, так і не втілюючись у життя. Для досліджуваного підприємства можна було б обрати три декілька варіантів експортних стратегій. З метою вибору стратегічної позиції компанії на ринку МДФ та ламінату можемо графічно зобразити перехід підприємства від поточного рівня стратегічного позиціонування до нового формату, що дозволить досягти усіх поставлених цілей. З цією метою сформуємо піраміду зростання McKinsey (рис. 2.1).



1. Удосконалення дизайну продукції

Рис. 2.1. Піраміда зростання McKinsey ПрАТ «Коростенський завод МДФ» для формування нової стратегії виходу на зовнішні ринки

**складено автором*

Загалом слід підкреслити, що ми хочемо зосередитись на реалізації стратегії конкурентної диференціації для ПрАТ «Коростенський завод МДФ» при розширенні зовнішніх ринків, оскільки це забезпечує реалізацію відповідних конкурентних переваг та забезпечить досягнення цілей підвищення ефективності роботи заводу, а також має на меті створення передумов для розширення бізнесу.

Наступним етапом обґрунтування стратегії виходу на зовнішні ринки є формування збалансованої бізнес-моделі розвитку. Для цього буде розроблена програма стратегічних заходів, спрямованих на досягнення цілей обраної експортної стратегії. Цю програму можна представити у вигляді діаграми Ганта (табл. 2.1). Графік відображає основні підготовчі завдання до реалізації нової стратегії виходу на зовнішні ринки, спрямованої на реалізацію найбільш пріоритетних заходів для досягнення стратегічних цілей у межах обраної експортної стратегії. Тривалість підготовчого етапу до реалізації стратегії становить 80 днів у 4-му кварталі 2020 року та 1-2 квартали. 2021 рік.

Таблиця 2.1

Програма першочергових заходів з впровадження стратегії виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на нові ринки збуту у 2020-2021 рр.

Етапи реалізації нової стратегії виходу на зовнішні ринки	Графік виконання завдань нової експортної стратегії підприємства, кількість днів						Усього, днів
	4 кв 2020 р.	1-2 кв. 2021 р.					
	грудень	січень	лютий	березень	квітень	травень	
1. Розширення асортименту продукції для пропозиції на експорт	7	8	5	7	7		34
1.1 Дослідження світового ринку МДФ плит, ламінату, меблів-конструкторів	7	-	-	-	-	-	7

1.2 Оцінка конкурентних переваг та недоліків продукції підприємства	-	4	-	-	-	-	4
1.3 Визначення напрямків удосконалення представлення продукції для зовнішнього ринку	-	4	-	-	-	-	4
1.4 Об'єднання напрямків розширення портфелю продукції	-	-	5	7	7	-	19
2. Зростання рівня присутності на наявних зовнішніх ринках, вихід на нові ринки збуту	4	5	6	7	7	-	29
2.1 Вивчення динаміки та структури попиту на наявних зовнішніх ринках	4	-	-	-	-	-	4
2.2 Виявлення перспектив для виходу на нові експортні ринки	-	5	-	-	-	-	5
2.3 Впровадження засобів стимулювання попиту на продукцію підприємства на зовнішніх ринках	-	-	6	-	-	-	6

продовження табл. 2.1

Завдання реалізації стратегії виходу на зовнішні ринки	Графік реалізації завдань нової експортної стратегії підприємства, кількість днів						Усього, днів
	4 кв 2020 р.	1-2 кв. 2021 р.					
	грудень	січень	лютий	березень	квітень	травень	
2.4 Формування бюджету маркетингових інструментів	-	-	-	7	7	-	14
3. Оптимізація бізнес-процесів управління експортними операціями	-	-	-	7	5	5	17
3.1 Формування удосконаленої організаційної структури з	-	-	-	2	-	-	2

управління експортом							
3.2 Впровадження КРІ-підходу для оцінки роботи підрозділів, задіяних в експорті	-	-	-	1	-	-	2
3.3 Імплементация CRM-системи	-	-	-	1	-	-	2
3.3 Складання плану використання засобів цифрового маркетингу та аналітики на зовнішніх ринках	-	-	-	3	-	-	3
Усього, днів	11	13	11	21	19	5	80

**складено автором*

Усі викладені вище заходи мають виконуватися у певній послідовності. Для реалізації заходів пропонується створити проектну групу, що складається з керівника компанії та керівників підрозділів, відповідальних за експортні операції та маркетинг.

Для забезпечення реалізації обраної стратегії ПрАТ «Коростенський завод МДФ» щодо виходу на зовнішні ринки необхідно вивчити перспективи вдосконалення організації експортних операцій.

Процес формування ефективного механізму розробки та впровадження експортних операцій ПрАТ "Коростенський завод МДФ" повинен відповідати формуванню системи загального організаційного управління збутом. Удосконалення експортного процесу включає формулювання цілей та завдань, визначення складу та розміщення підрозділів, забезпечення їх ресурсами, розробку регуляторних процедур, документів та нормативних актів, що визначають форми регулювання, методи та процеси, що здійснюються в системі управління організацією.

Оптимізація загальної структурної схеми для формування механізму розробки та реалізації напрямків удосконалення експортної діяльності ПрАТ "Коростенський завод МДФ" є принциповою у всіх випадках. Відмітимо, що основні характеристики експорту продукції компанії та сегменту ринку, в яких забезпечується стимулювання попиту, мають вирішальне значення для формування стратегії виходу на зовнішні ринки. Основні особливості

оптимізованої моделі механізму розробки та виконання експортних операцій, які потрібно визначити на цьому етапі, включають ключові цільові параметри бізнес-процесів у сфері експортної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ» - збільшення експорту, розширення ринку та підвищення прибутковості;

Проблемами, які потрібно вирішити, є наступні:

- а) зростання обсягів експорту та його рентабельність;
- б) підвищення ефективності діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ».

Організаційна структура компанії є статичною. Однак, сам завод значно збільшив свою діяльність за останні 5 років, кількість працівників операційного персоналу зростає. Тому вкрай необхідно оптимізувати організаційні умови для експортних бізнес-процесів. Потрібно змінити як саму організаційну систему управління експортом, так і завдання ряду посад.

Обґрунтовуємо прогностичні зміни в системі організаційного забезпечення бізнес-процесів з експортних операцій на ПрАТ «Коростенський завод МДФ» методом декомпозиції існуючих функціональних напрямків організаційної структури та обґрунтуванням напрямків її оптимізації (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Напрямки оптимізації організаційного забезпечення процесу здійснення експортних операцій ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

Складові управління бізнес-процесами підприємства	Поточна структура управління експортом		Пропозиції щодо оптимізації організаційної структури	Оптимізована структура управління експортом	
	Назва посади	осіб		Назва посади	осіб
Організація збуту продукції на експорт	Комерційний директор	1	Без змін	Комерційний директор	1
	Регіональний менеджер	5	Запровадити нову посаду	Регіональний менеджер	3
	Менеджер-координатор	3		Категорійний менеджер	3
Забезпечення просування продукції на зовнішніх ринках	Керівник з маркетингу	1	Без змін	Керівник з маркетингу	1
	Маркетолог	2	Змінити посадові обов'язки, скоротити чисельність	Маркетолог	1
Логістичні процеси	Керівник складу	1	Скоротити дану посаду, підпорядкувати експортному директору	-	-

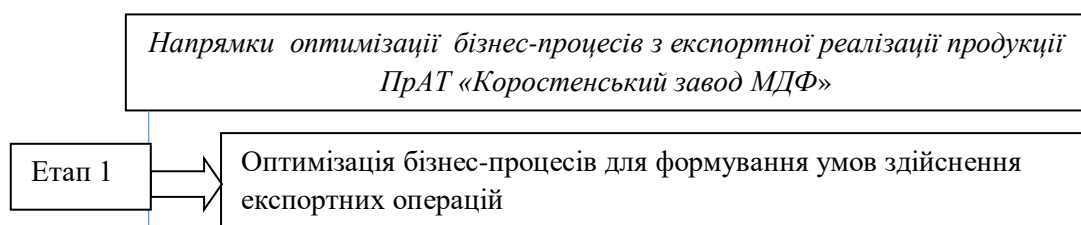
	Комірник	2	Змінити посаду та функціональні обов'язки	Логіст	2
	Вантажник	4	Без змін	Вантажник	4

**складено автором*

В системі управління експортними процесами на сьогодні за організацію експортної діяльності відповідає комерційний директор. Його посада є ключовою на підприємстві, оскільки від нього залежить виконання планів продажу та прибутковості діяльності. Оцінка посадових обов'язків та процесу роботи регіональних менеджерів та менеджерів-координаторів, зокрема, дає підстави виявити вузькі місця у процесі виконання функцій кожною з посад. Посадові обов'язки цих категорій працівників перетинаються. При цьому виконуваними ними функції дуже часто дублюються. Варто скоротити посаду менеджера-координатора, оскільки вона є низько результативною. Натомість, необхідно реорганізувати самі бізнес-процеси управління експортом продукції. З цією метою пропонується запровадити посаду категорійних менеджерів, які будуть відповідати кожен за свою групу продукції та керувати не лише її продажем, але і організацією складської логістики, контролем процесу виробництва (формування заявок на виготовлення партій продукції), взаємовідносинами з постачальниками та іноземними клієнтами, ефективністю збуту продукції.

Покращення експортної діяльності підприємства має бути спрямоване передусім на оптимізацію окремих бізнес-процесів зі організації просування продукції на зовнішньому ринку. Цей процес має враховувати особливості операцій з товароруху продукції та наявні тенденції у зміні структури продуктової номенклатури МДФ та ламінату.

Для впровадження оптимальної моделі управління в сфері експортної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ» пропонуємо реалізувати ряд напрямків, які зображено на рис. 2.2.



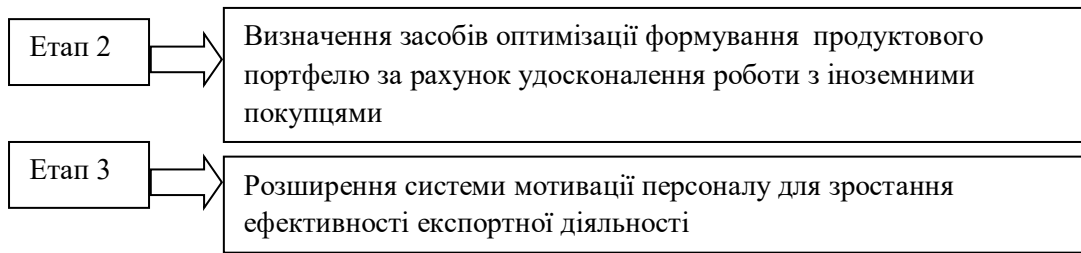


Рис. 2.2. Напрямки оптимізації бізнес-процесів з експортної реалізації продукції ПрАТ «Коростенський завод МДФ»

**складено автором*

На наш погляд, для вдосконалення організації розробки та реалізації експортних операцій слід реорганізувати структуру комерційного відділу та ввести нову посаду – категорійного менеджера. Менеджери окремих продуктових категорій мають нести відповідальність за весь операційний цикл у своїй групі продукції від виробництва до моменту доставки її на склад покупця. При цьому у складі комерційного відділу варто виділити окремий підрозділ з експорту на чолі з його керівником – директором з експорту (рис. 2.2).

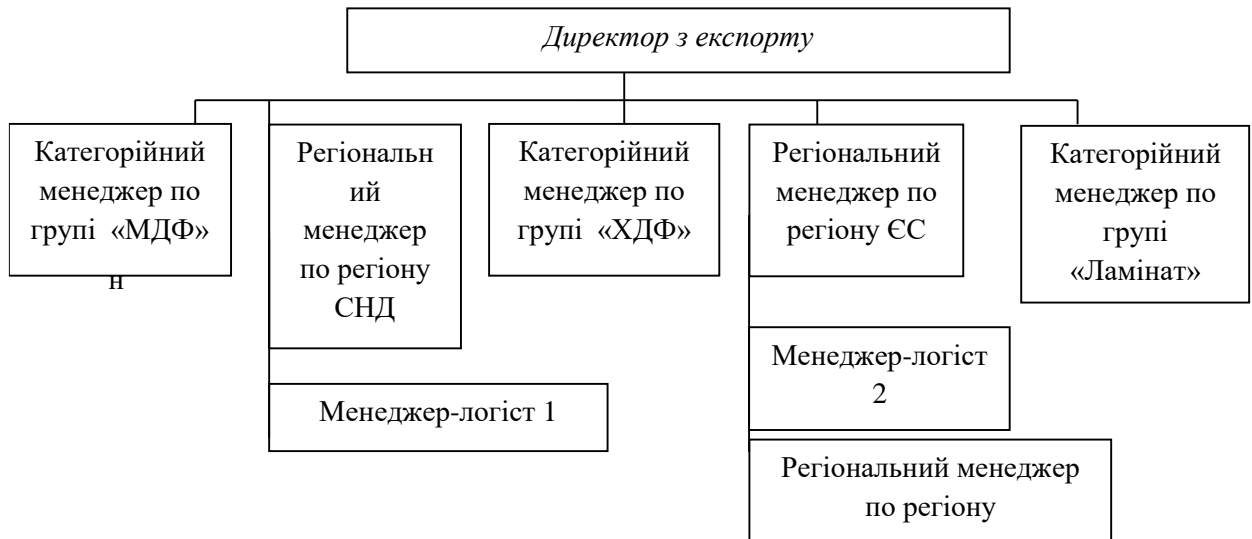


Рис. 2.2. Оптимізована організаційна структура проектного експортного відділу

**складено автором*

При цьому категорійні менеджери повинні мати право впливати на рішення керівника свого підрозділу. Це дозволить з одного боку підвищити рівень гнучкості прийнятих категорійними менеджерами рішень, а з іншого – підвищить рівень їх відповідальності за результати експортної діяльності.

Отже, при розширенні зовнішніх ринків збуту було запропоновано обрати конкурентну стратегію диференціації для ПрАТ «Коростенський завод МДФ», оскільки вона дасть можливість забезпечити реалізацію відповідних конкурентних переваг та досягти намічених цілей зростання ефективності розвитку заводу, забезпечити передумови для розширення бізнесу. Здійснено обґрунтування процесу формування збалансованої бізнес-моделі виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки, враховуючи нові напрямки формування експортної стратегії. Сформовано та запропоновано програму стратегічних заходів, які спрямовані на досягнення цілей обраної стратегії виходу на зовнішні ринки.

2.2. Визначення умов для реалізації стратегії виходу на новий зовнішній ринок

Сьогодні для ПрАТ «Коростенський завод МДФ» можемо обґрунтувати ряд перспективних регіонів для розвитку експорту: ЄС, Азія, СНД та регіона країн Середземномор'я (MENA). Вибір країни перебування для формування асортименту продукції для експортних операцій повинен ґрунтуватися на особливостях ведення бізнесу у відповідній країні та на особливостях формування конкурентного середовища в цій країні.

З метою визначення параметрів вибору країни-експортера було обрано ряд критеріїв формування цільового ринку. У таблиці 2.3 визначено основні критерії встановлення цільового ринку для організації експорту заводом ПрАТ «Коростенський завод МДФ».

Таблиця 2.3

Критерії обґрунтування цільового ринку при здійсненні експортної операції

Фактори, що визначають вибір регіону для експорту	Країни ЄС	Країни Азії	Країни СНД	Регіон MENA
Країни, які входять в перелік потенційних для експорту в межах регіону	Польща	Китай, Корея, Індія	Білорусія, Казахстан, Узбекистан	ОАЕ, Саудівська Аравія, Катар
Низький потенціал збуту				
Високий потенціал збуту	+		+	+

Олігополістична конкуренція			+	+
Низькі виробничі витрати	+	+	+	+
Високі виробничі витрати				
Обмежувальна політика щодо імпорту			+	+
Ліберальна політика щодо імпорту		+		
Низька географічна відстань	+		+	+
Значна географічна відстань		+		
Економіка, що динамічно розвивається	+	+		
Економіка зі стагнаційними процесами			+/-	
Жорсткий валютний контроль	+		+	
Ліберальна валютна політика				

продовження табл. 2.3

Фактори, що визначають вибір регіону для експорту	Країни ЄС	Країни Азії	Країни СНД	Регіон MENA
Довгострокові перспективи зниження курсу національної валюти	+		+	
Довгострокові перспективи зростання курсу національної валюти	+	+		
Незначні відмінності соціально-культурного середовища	+		+	
Високий політичний ризик			+	

**складено автором*

Проведена оцінка можливих регіонів для організації експортних операцій ПАТ "Коростенський завод МДФ" та розширення зовнішнього ринку підприємства свідчить, що компанія має сприятливі умови для виходу на ринки Азії та розширення присутності у регіоні ЄС. Оскільки ці регіони мають досить високу інтенсивність меблевого виробництва, то ПАТ «Коростенський завод МДФ» може здійснювати постачання ламінованого та неламінованого МДФ до виробничих меблевих фабрик з цих регіонів. На наш погляд, в якості найбільш перспективного регіону варто обрати Польщу, зважаючи на її географічну близькість та велику кількість меблевих фабрик на її території.

Для ПАТ «Коростенський завод МДФ» доцільно обрати безпосередній метод здійснення експортної операції. Це дозволяє зберегти додаткову фінансову перевагу, оскільки знижує вартість комісійної винагороди посереднику. Прямий метод дозволяє залишатися на ринку, враховувати його зміни та своєчасно реагувати на них.

Як було визначено вище, експертні операції здійснюють переважно на умовах EXW (відвантаження зі складу заводу). Через те, що підприємство ще не здійснювало експортних постанок до Польщі, на початковому етапі співпраці із закордонними партнерами з даної країни доцільно врахувати вартість постачання продукції до митниці (пункт передавання продукції від заводу до постачальника), тобто вибрати основні умови поставки для FCA.

В якості складових зовнішньоекономічного контракту з потенційним іноземним покупцем з Польщі, варто вказати такі валютні та фінансові умови:

- валюта контракту;
- ціна;
- кількість продукції (обсяг поставки);
- умови поставки.

Для здійснення експортної операції підприємством ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на ринок Польщі доцільно використовувати євро, який є універсальним для ЄС.

З метою формування алгоритму розрахункових операцій для майбутнього контракту обираємо наступну форму оплати: акредитив. Як зазначалося раніше, ПрАТ «Коростенський завод МДФ» здійснює свою зовнішньоторговельну діяльність шляхом укладення угод з логістичними компаніями. За умови відвантаження товару покупцеві також укладається договір про надання експедиторських послуг з вантажною компанією та дорожній лист.

У таблиці 2.4. визначено основні конкурентні параметри для обґрунтування можливої ціни експортної поставки МДФ плит.

Таблиця 2.4

Конкурентні матеріали по основним параметрам зовнішньоторговельних угод з експорту

№	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
		ПрАТ «Коростенський завод МДФ» (дані відділу ЗЕД підприємства)	ТОВ «Еко-комплект»	ПрАТ «Фанпліт»
1	Вид продукції	Деревноволокниста плита (МДФ)		
2	Одиниця виміру	штука		

3	Відпускна ціна у за 1 м.кв МДФ плит, грн	4,2 євро	4,7 євро	4,9 євро
4	Рік конкурентного матеріалу	2020	2019	2020

продовження табл. 2.4

№	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
		ПрАТ «Коростенський завод МДФ» (дані комерційного відділу підприємства)	ТОВ «Еко-комплект»	ПрАТ «Фанпліт»
4	Базисні умови поставки, згідно Інкотермс 2010	EXW	FCA	EXW
5	Умови оплати	100% передплата	Відстрочка платежу 30 дн.	Відстрочка платежу 30 дн.
6	Джерело інформації	Фактична угода	прейскурант	прейскурант
7	Мінімальний обсяг для можливості знижки, од.	Від 7000 м.кв. знижка 5% на решту партії	Від 5000 м.кв. знижка 5% на решту партії	Від 10000 м.кв. знижка 7% на решту партії

*складено автором за даними підприємств

На основі наведених конкурентних матеріалів будемо формувати ціну майбутнього контракту. Виходячи з наведених в конкурентному листі фактичних комерційних умов, орієнтовний рівень конкурентної зовнішньоторговельної ціни здійснюється за формулою:

$$P_i = P_0 + K_i + K_b + K_c + K_y \quad (2.1)$$

де P_i – конкурентна зовнішньоторговельна ціна;

P_0 - базова зовнішньоторговельна ціна;

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

K_b – сумарна поправка на комерційні умови;

K_c – сумарна поправка на комплектацію;

K_y – сумарна поправка на уторгування.

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

Поправка на інфляцію розраховується за формулою:

$$K = C_1 - C_0 \quad (2.2)$$

Розрахуємо величину поправки на ціну для ТОВ «Еко-комплект»:

Таблиця 2.5

Індекси цін на МДФ плити, 2019-2020 рр.

Рік	Індекс цін, %
2019	103
2020 (січ-вересень)	106
Вихідний індекс цін	109

*складено автором за даними [3]

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

Таблиця 2.6

Розрахунок поправок на інфляцію для ТОВ «Еко-комплект»

Підприємства	Рік контракту	Вихідний індекс цін 2019-2020 рр.	Ціна пропозиції, євро	Ціна, приведена до умов інфляційних очікувань	Величина поправки, євро./уп..
ТОВ «Еко-комплект»	2019	1,09	4,70	5,12	0,42

*складено автором

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

Таким чином, приведення ціни FCA до ціни EXW можна розрахувати за формулою:

$$C_{FCA} = C_{EXW} + I \quad (2.3)$$

де C_{EXW} та C_{FCA} - ціни на продукцію з врахуванням транспортування на умовах; I - вартість доставки вантажу зі складу продавця до місця навантаження (пункт переходу відповідальності за товар до покупця – смт. Ковель).

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

Таблиця 2.7

Приведення цін до умов FCA

Підприємства	Ціна преїскуранта (FCA)	Вартість транспортування, %	Ціна, приведена до умов FCA	Величина поправки, євро/уп.
ПрАТ «Коростенський завод МДФ» (дані відділу ЗЕД підприємства)	4,20	5%	4,41	0,21
ПрАТ «Фанпліт»	4,9	5%	5,15	0,25

*складено автором

Вартість транспортування до пункту передачі покупцю обраховується на рівні, що не перевищує 5% від вартості вантажу, вказаної в контракті, що визначається на момент перетину митної території.

Величина поправки на вторгування визначається виходячи з різниці між ціною, що враховує вартість поправки, та ціною, що зазначена в преїскуранті. Розмір ціни, визначений з врахуванням поправки на вторгування при % її рівні, обчислюється наступним чином:

$$C_1 = C_0 (1 \pm P/100) \quad (2.4)$$

де C_1 – ціна з врахуванням поправки;

C_0 – ціна без врахування поправки;

P – рівень поправки у %.

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

У випадку експорту продавцю вигідніше отримувати кошти до моменту поставки, тобто в якості 100% передплати. Саме такий варіант майбутньої угоди і було обґрунтовано. Але ми повинні привести ціни альтернативних пропозицій

до даної умови. У випадку експорту, якщо плата затримується на певний період, то це розглядається як відволікання обігових коштів з обороту. Ціною (платою) за це є альтернативні фінансові витрати, які несе продавець на обсягу коштів, які були відстрочені покупцю. Дана ціна урівноважується ставкою кредитування по короткостроковим кредитам – в середньому 23% річних.

Таблиця 2.8

Розрахунок величин поправок на вторгування (комерційні умови)

Конку-ренти	Ціна угоди, грн/уп.	Обсяг, який ми плануємо поставля, м.кв	Міні-мальна партія, од.	Решта партії під знижку, од.	Рівень уторгування, %	Середня ціна з урахуванням знижки на обсяг, що перевищує мін.партію, євро	Величи на поправк и на євро/од.
ПрАТ «Коростенський завод МДФ»	4,2	20000	7000	13000	-5%	4,06	-0,14
ТОВ «Еко-комплект»	4,7		5000	15000	-5%	4,52	-0,18
ПрАТ «Фанпліт»	4,9		10000	10000	-7%	4,73	-0,17

*складено автором за даними підприємств

Розрахуємо поправки на умови платежу:

ТОВ «Еко-комплект»:

Поправка = 4,7 грн * 23% * (30 дн/360 дн) = -0,09 євро/м.кв.

ПрАТ «Фанпліт»:

Поправка = 4,9 грн * 23% * (30 дн/360 дн) = -0,09 євро/ м.кв.

За результатами проведених розрахунків визначаємо сумарну поправку на усі умови майбутнього контракту з урахуванням отриманих конкурентних матеріалів (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Визначення середньої ціни для запланованої експортної операції

МДФ плити до Польщі

Конкуренти	Ціна прейскуранта, євро	Поправка на інфляцію, євро	Поправка на умови доставки (EXW → FCA), євро	Поправка на втор- гування, євро	Поправка на умови платежу, євро	Ціна з урахуванням поправок, євро
ПрАТ «Коростенський завод МДФ»	4,2		0,21	-0,14		4,27
ТОВ «Еко- комплект»	4,7	0,42		-0,18	0,09	5,04
ПрАТ «Фанпліт»	4,9		0,25	-0,17	0,09	5,07
Середня ціна, євро	x	x	x	x	x	4,79

Можливу експортну ціну визначаємо як середню величину:

$$Ц_e = (4,27 + 5,04 + 5,07)/3 = 4,79 \text{ євро/м.кв}$$

Отже, для розвитку нових ринків збуту доцільним є вибір Польщі в якості регіону для експорту продукції. Варто додати, що регіон СНД (CIS region) є привабливим, однак для нього характерні значні економічні (ринкові, конкурентні) та політичні ризики. Натомість Польща та ринок ЄС є максимально відкритими для зовнішньої торгівлі, зокрема для експорту продукції, яка має високий рівень дефіцитності внутрішнього виробництва. Перспективність ринку Польщі зумовлена значним потенціалом даної країни, привабливими умовами оподаткування для іноземних компаній та високим попитом на продукцію. Також досить позитивним фактором є невелика віддаленість даної країни. Було обгрунтовано умови експорту продукції підприємства до Польщі. Базисними умовами постачання продукції підприємства на ринок Польщі визначено FCA. Умови платежу визначено на рівні 100% передплати з можливістю поступового переходу до умов оплати 50% (передплата) / 50% (оплата за фактом). Експортна ціна визначена на рівні 4,79 євро за 1 м.кв плити МДФ, який підприємство ПрАТ «Коростенський завод МДФ» може пропонувати для експорту.

2.3. Прогнозна оцінка ефективності розробленої стратегії виходу на зовнішні ринки

У даному питанні спочатку визначимо показники ефективності експортної операції щодо виходу на ринок Польщі. Оцінимо ефективність по прогнозованій операції, виходячи з того, що поставка планується в обсязі 20 тис.м.кв. продукції на 2021 рік, 30 тис. м.кв. на 2022 рік, 40 тис. м.кв. – 2023 рік.

Обґрунтуємо показники ефекту та ефективності на основі визначення таких показників:

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

Основні умови для визначення ефективності експорту на ринок Польщі наведено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Показники для визначення ефекту та ефективності експорту продукції на ринок Польщі

№	Показники	од.вим	Умовне позначення	2021	2022	2023
1	Товар, що експортується	-		Плита МДФ, в м.кв		
2	Базисні умови поставки	-		FCA, Інкотермс 2010		
3	Вартість доставки машиною вантажу до митного складу (місце передачі вантажу Покуцю)	євро	ТРВ	125	135	145
4	Ціна товару при експорті у валюті	євро	Цв	4,79		
7	Курс валюти на момент платежу	грн/євро	к	33,5	34	35
8	Умови оплати	-	100% передоплата безготівковим розрахунком на р/р Продавця			
9	Обсяг поставки	м.кв.	ОП	20000	30000	40000
10	Собівартість продукції, без ПДВ	грн/м.кв	СВ	26,8		

продовження табл. 2.9

№	Показники	од.вим	Умовне позначення	2021	2022	2023
11	Витрати по організації експорту, %	%	Вое	6,50%		
12	Накладні витрати	%	НВ	7,50%		

*складено автором

Наведені у табл. 2.9 умови дають можливість визначити прогнозні обсяги доходів, витрат та ефекту від організації експортної операції на ринок Польщі. Результати оцінки ефективності експорту продукції до Польщі наведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Оцінка прогнозного ефекту та ефективності експорту МДФ плит на ринок Польщі у 2021-2023 рр.

Показники	Формула	Період		
		2021	2022	2023
Базисні умови поставки		FCA	FCA	FCA
Прогнозний курс, грн / євро	КВ, за даними Мінекономіки	33,5	34	35
Обсяг постачання, м.кв	ОП	20000	30000	40000
Ціна експорту, євро / упаковку	Це	4,79	4,79	4,79
Собівартість продукції, в грн / м.кв		26,8	26,8	26,8
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис.грн	$Д_e = ОП * Це * ПК / 3000$	1070,3	1629,5	2236,5
Виробничі витрати (прямі та непрямі), млн.грн	$В_v = ОП * СВ / 1000$	536,0	804,0	1072,0
Накладні витрати, млн.грн	$Н_v = 7,5\% * Д_e$	80,3	122,2	167,7
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), млн.грн	$СВ = В_v + Н_v$	616,3	926,2	1239,7
Витрати по обслуговуванню ЗЕД (адміністративні та збутові), млн.грн	$В_o = 6,5\% * Д_e$	69,6	105,9	145,4
Загальні витрати на ЗЕД, млн.грн	$ЗВ = СВ + В_o$	685,8	1032,1	1385,1
Ефект від експорту, млн.грн	$Е_e = Д_e - ЗВ$	384,5	597,4	851,4
Ефективність експорту	$Е_e = Д_e / ЗВ$	1,56	1,58	1,61
Рентабельність витрат на здійснення ЗЕД, %	$Р_e = Е_e / ЗВ * 100\%$	56,1	57,9	61,5
Рентабельність експортної реалізації, %	$Р_e = Е_e / Д_e * 100\%$	35,9	36,7	38,1

*складено автором

Тепер варто здійснити порівняння фактичних та прогнозних показників ефективності експорту (рис. 2.3).

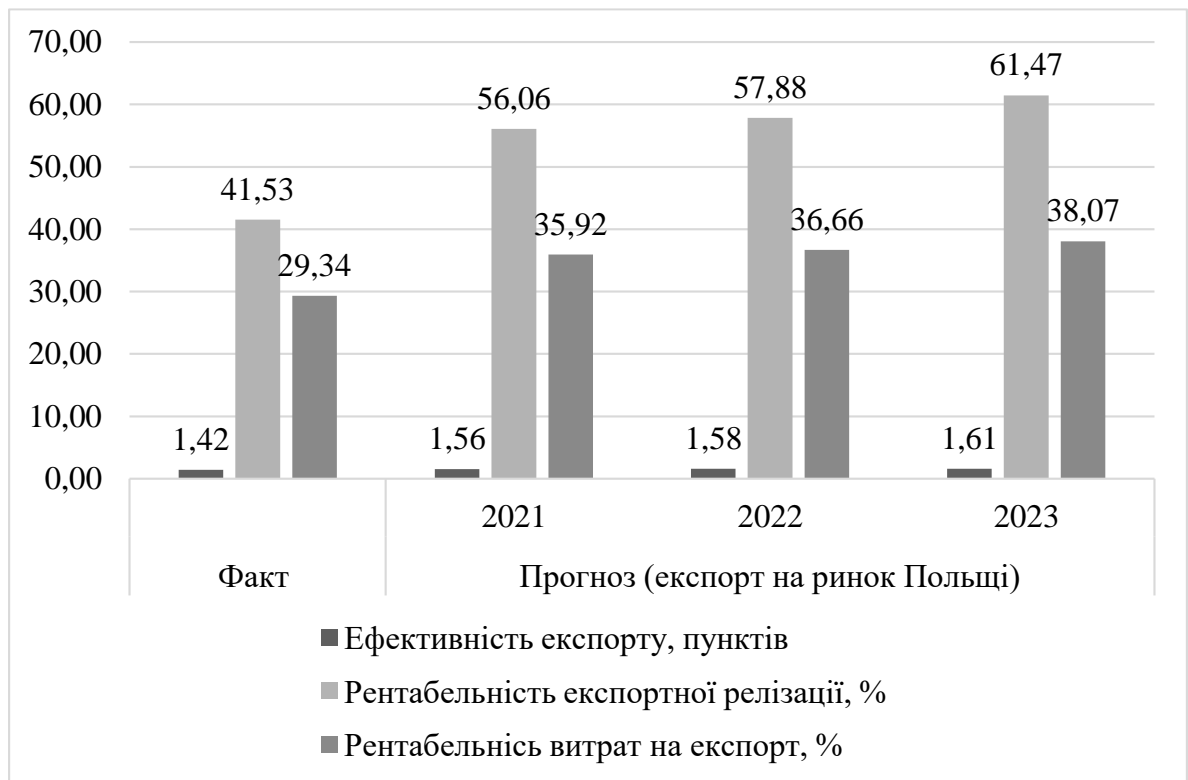


Рис. 2.3. Порівняння фактичних та прогнозних показників ефективності експорту

*складено автором

Таким чином, прогнозні показники ефективності експортних операцій при виході на новий ринок Польщі перевищуватимуть фактичні показники ефективності експорту. У 2021 році показник ефективності експорту на новий ринок Польщі складе 1,56 пункти, у 2022 році – 1,58 пункти, у 2023 році – 1,61 пункти.

Висновки до розділу 2

При розширенні зовнішніх ринків збуту було запропоновано обрати конкурентну стратегію диференціації для ПрАТ «Коростенський завод МДФ», оскільки вона дасть можливість забезпечити реалізацію відповідних конкурентних переваг та досягти намічених цілей зростання ефективності розвитку заводу, забезпечити передумови для розширення бізнесу. Здійснено обґрунтування процесу формування збалансованої бізнес-моделі виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки, враховуючи нові напрямки формування експортної стратегії. Сформовано та запропоновано програму

стратегічних заходів, які спрямовані на досягнення цілей обраної стратегії виходу на зовнішні ринки.

Для розвитку нових ринків збуту доцільним є вибір Польщі в якості регіону для експорту продукції. Варто додати, що регіон СНД (CIS region) є привабливим, однак для нього характерні значні економічні (ринкові, конкурентні) та політичні ризики. Натомість Польща та ринок ЄС є максимально відкритими для зовнішньої торгівлі, зокрема для експорту продукції, яка має високий рівень дефіцитності внутрішнього виробництва. Перспективність ринку Польщі зумовлена значним потенціалом даної країни, привабливими умовами оподаткування для іноземних компаній та високим попитом на продукцію. Також досить позитивним фактором є невелика віддаленість даної країни. Було обгрунтовано умови експорту продукції підприємства до Польщі. Базисними умовами постачання продукції підприємства на ринок Польщі визначено FCA. Умови платежу визначено на рівні 100% передплати з можливістю поступового переходу до умов оплати 50% (передплата) / 50% (оплата за фактом). Експортна ціна визначена на рівні 4,79 євро за 1 м.кв плити МДФ, який підприємство ПрАТ «Коростенський завод МДФ» може пропонувати для експорту.

Прогнозні показники ефективності експортних операцій при виході на новий ринок Польщі перевищуватимуть фактичні показники ефективності експорту. У 2021 році показник ефективності експорту на новий ринок Польщі складе 1,56 пункти, у 2022 році – 1,58 пункти, у 2023 році – 1,61 пункти.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можемо сформулювати такі висновки та пропозиції:

Проаналізувавши основні особливості фінансово–господарської діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «Коростенський завод МДФ» ми прийшли висновку, що в цілому за досліджуваний період підприємство збільшувало обсяги своєї матеріально-технічної бази та доходи від реалізації продукції. Коефіцієнт загальної платоспроможності станом на 31.12.2019 р. збільшився на 0,048 пункти порівняно з значенням даного показника на 31.12.2018 р. При цьому зростання показника проміжної ліквідності склало 0,038, що свідчить про зростання обсягу товарної дебіторської заборгованості у покритті поточних зобов'язань порівняно з іншими ліквідними активами підприємства. Значення показника загальної платоспроможності знаходиться на задовільному рівні, однак близькому до критичного (діапазон 1,093-1,141). Динаміка коефіцієнтів самофінансування, фінансової автономії та маневреності власного капіталу свідчить про зниження рівня фінансової самостійності підприємства. За рахунок того, що оборотні активи є меншими за обсяг поточних зобов'язань підприємства, воно має негативне значення обсягу власного оборотного капіталу. Про це свідчить динаміка коефіцієнта маневреності власного капіталу, який складає -1,594 пункти станом на кінець 2019 року. Можна зробити висновки, що підприємство працювало неефективно у плані забезпечення своєї фінансової рівноваги. У 2019 році показник рентабельності активів порівняно з 2018–м роком зріс на 4,3%, що зумовлено зростанням обсягу прибутку. Аналогічну динаміку мав також показник рентабельності оборотних та необоротних активів. Рентабельність реалізації продукції була позитивною у 2017-2019 рр. та мала поступову тенденцію до зростання. Аналогічний характер динаміки був властивий і показнику валової рентабельності операційних витрат.

Оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства дає підстави свідчити про те, що обсяги експорту мають тенденцію до зростання. Обсяги експорту продукції підприємства зросли у 2016р. на 11,1%, у 2017 році – зросли на 10,1% у 2018 році – на 39,5%. У 2019 році обсяг експорту підприємства зріс

на 20,5%, що було зумовлено загальною тенденцією збільшення обсягів діяльності. У товарній структурі експорту найбільшу питому вагу займають такі товарні позиції як «Плита МДФ ламінована та «Ламінат в асортименті. На товарну групу «Плита МДФ ламінована впродовж 2015–2019 рр. в середньому припадало 49% від загального обсягу експорту. Товарна група «Ламінат в асортименті» займала 22% від загального обсягу експортованої продукції. Основними регіональними напрямками експорту продукції підприємства були два – країни СНД (Казахстан, Білорусія, тощо) та країни Європейського Союзу. Експорт продукції до країн СНД у 2015 році становив 101511 тис.грн., а у 2019 році він збільшився до 212632 тис.грн., що становить 22,4% приросту відносно 2018 року. В межах регіону напрямку СНД за обсягами експорту домінували такі країни як Білорусія та Казахстан, на які у 2019 році припадало відповідно 23,4% та 5,0%. Важливо відмітити значні перспективи розвитку експортної діяльності на ринку Казахстану, які відкрилися після 2015 року.

Виходячи з наведеної динаміки показника ефективності експорту можна сказати, що у 2019 році зростала і ефективність експортної діяльності ПрАТ «Коростенський завод МДФ». У 2015-2019 рр. помітним було збільшення обсягу ефекту від експорту на 50624 тис.грн або на 36,1%. При цьому варто відмітити, що на зміну ефекту від експорту у 2019 році впливали такі чинники: зростання обсягу доходів від експортної реалізації на 20,5% вплинуло на збільшення ефекту від експорту; темпи зростання сукупних виробничих витрат та витрат по обслуговуванню експорту складали відповідно 15,3% та 11,0%, що впливало на зниження ефекту від експорту. У 2019 році відбулося зростання ефективності експорту по групі «Ламінат в асортименті» до рівня 1,54 пункти. Позитивна динаміка ефективності експорту була спричинена зниженням рівня витрат на виготовлення продукції по відношенню до обсягів здійснення експортних операцій. Рентабельність витрат на здійснення експортних операцій у 2018-2019 рр. зростала на 8,9%, а рентабельність експортної реалізації – на 4,6%. Зростання рівня рентабельності та ефективності експорту по аналізованій товарній групі 2019 році було спричинено позитивними наслідками оптимізації накладних витрат.

При розширенні зовнішніх ринків збуту було запропоновано обрати конкурентну стратегію диференціації для ПрАТ «Коростенський завод МДФ», оскільки вона дасть можливість забезпечити реалізацію відповідних конкурентних переваг та досягти намічених цілей зростання ефективності розвитку заводу, забезпечити передумови для розширення бізнесу. Здійснено обґрунтування процесу формування збалансованої бізнес-моделі виходу ПрАТ «Коростенський завод МДФ» на зовнішні ринки, враховуючи нові напрямки формування експортної стратегії. Сформовано та запропоновано програму стратегічних заходів, які спрямовані на досягнення цілей обраної стратегії виходу на зовнішні ринки.

Для розвитку нових ринків збуту доцільним є вибір Польщі в якості регіону для експорту продукції. Варто додати, що регіон СНД (CIS region) є привабливим, однак для нього характерні значні економічні (ринкові, конкурентні) та політичні ризики. Натомість Польща та ринок ЄС є максимально відкритими для зовнішньої торгівлі, зокрема для експорту продукції, яка має високий рівень дефіцитності внутрішнього виробництва. Перспективність ринку Польщі зумовлена значним потенціалом даної країни, привабливими умовами оподаткування для іноземних компаній та високим попитом на продукцію. Також досить позитивним фактором є невелика віддаленість даної країни. Було обґрунтовано умови експорту продукції підприємства до Польщі. Базисними умовами постачання продукції підприємства на ринок Польщі визначено FCA. Умови платежу визначено на рівні 100% передплати з можливістю поступового переходу до умов оплати 50% (передплата) / 50% (оплата за фактом).

Прогнозні показники ефективності експортних операцій при виході на новий ринок Польщі перевищуватимуть фактичні показники ефективності експорту. У 2021 році показник ефективності експорту на новий ринок Польщі складе 1,56 пункти, у 2022 році – 1,58 пункти, у 2023 році – 1,61 пункти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галаган О.В. Сутність та особливості формування експортної стратегії підприємств АПК / Електронний журнал «Ефективна економіка». - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
2. Зовнішня торгівля України: XXI століття [Текст]: монографія / [А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Н. О. Іксарова та ін.]; за ред. А. А. Мазаракі; Київ. нац. торг.- екон. ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2016. – 599 с
3. Інкотермс Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (редакція 2010р.): Міжнародна торговельна палата; Правила, Міжнародний документ від 01.01.2010: [Електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/988_007
4. Істотні умови зовнішньоекономічних договорів. Арбітражне застереження [електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.agalawyers.org/post/stotn-umovi-zovnshnoekonomchnih-dogovorv-arbtrajne-zasterejennya>
5. Кандиба А.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. підручник / А.М. Кандиба. – К.: Аграрна наука, 2014. – 208 с.
6. Карминский А.М., и др. Методологические и практические основы построения торговых операций / А.М. Карминский, Н.И. Олень. // Вестник ХНА им. Ярослава Мудрого, 2013. - №1. – С.36-42
7. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : Навч. посібник / О.А. Кириченко. – К.: «Знання – Прес», 2015. – 384 с.
8. Кіндратова М.В. Управління операціями в зовнішній торгівлі товарами та послугами / М.В. Кіндратова. – К.: Либіль, 2016. – 285 с.
9. Князь С.В. та ін. Технологія формування механізмів експортно-імпоротної діяльності підприємств / С.В. Князь, Н.Х. Георгіаді // Науковий вісник Полісся, 2017. – № 3 (11), ч. 2. – С. 118-122
10. Коваленко С. І. Постмодерновий вектор розвитку концепцій міжнародної економічної інтеграції / С. І. Коваленко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 17. – С. 49-54.

11. Ковтун Е.О. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств / О.Е. Ковтун // Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2016. – №6. – С. 171-174

12. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2013. – 352 с.

13. Кузнєцова К.О. Розвиток експортного потенціалу вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції / К.О. Кузнєцова // Збірник наукових праць "Сучасні підходи до управління підприємством", 2016. - №1. - [електронний ресурс] – режим доступу: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72890>

14. Кузьмін О. Є., Босак А. О., Дарміць Р. З. Планування, організування та мотивування зовнішньоекономічної діяльності. Львів: Львівська Політехніка, 2012. 324 с.

15. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навч. посібник. – 2-е вид. доп. і перероб. – Львів: НУ «Львівська політехніка», «Інтелект – захід», 2015. – 352 с.

16. Кутідзе Л.С. Роль стратегічного маркетингу у формуванні управління реалізацією експортної продукції регіону // Вісник НУ «Львівська політехніка» : Логістика. – 2015. – № 472. – С. 103-108.

17. Ліпец Ю.А. Впровадження стратегічного менеджменту на підприємствах України як прогресивного напрямку їх розвитку [Текст] // Проблеми науки. – 2015. – №6. – с.55-58.

18. Мадяр Р. О. Транснаціоналізація українського бізнесу в глобальній економіці / Р. О. Мадяр, Ю. Б. Кушнір, М. І. Далекорей // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 11. – С. 26-31.

19. Малярець Л. М., та ін. Аналіз ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу / Л.М. Малярець, Г.В. Моргун // БІЗНЕС-ІНФОРМ . - 2015. - № 1.

20. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Ноулідж. – 2011. – с. 210.

21. Матвеев, В. В. Экспортный потенциал предприятия: сущность и особенности формирования / В. В. Матвеев, И. К. Ярмоленко // Эффективная экономика. - 2015. - № 1. - Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3739>

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

23. Михайлишин Л. І. Сучасні тенденції транснаціоналізації економічної діяльності: інноваційний аспект / Л. І. Михайлишин, В. С. Свірський // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 2. - С. 204-210.

24. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua/node/26768>

25. Моргун Г. В. Концепція стратегічного управління експортною діяльністю підприємства / Г. В. Моргун // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». - 2014. - № 2, том 1. - 235 с. - С. 71 - 77

26. Невмержицький В.І. Основні засади управління експортною діяльністю підприємства / В.І. Невмержицький, Д.О. Терещенко // Вісник КНТЕУ, 2015. - №1. - С. 135-142

27. Оверко М.А. Шляхи підвищення ефективності експортних операцій підприємств харчової промисловості / М.А. Оверко // Вісник НУХТ, 2015. - №1. - С. 76-79

28. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / О.П. Гребельник. - 4-е видання перероблене та доповнене. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 432 с.

29. Реутов В. Є. Міжнародна конкурентоспроможність регіону: сущність, методи оцінювання / Экономика та держава. - 2016. - №4 - С. 52-54.

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

31. Рогожин В.Д. Менеджмент ЗЕД. Навч. посіб./ Рогожин В.Д., Базалієва Л.В. – Харків: Вид. ЧНЕУ, 2014. – 196 с.

32. Сайт державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua;

33. Структурна організація експортно-імпоротної діяльності підприємств легкої промисловості / В. М. Нижник, С. І. Конєв // Прометей, 2014. – №2. – С. 151-156

34. Трифонова О. Д. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на зовнішньоекономічну діяльність України, шляхом дослідження експортно-імпорتنих операцій / О. Д. Трифонова, Є. С. Дорошкевич // Ефективна економіка. – 2017. – № 6. – С. 82-87

35. Ус Т.В. Сутність та аналіз методичних підходів до оцінки експортного потенціалу підприємства / Т.В. Ус // Глобальні та національні проблеми економіки, 2018. - №22. – С. 128-135

36. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій / Н.І. Федоронько // Глобальні та національні проблеми економіки. - 2016. - №10. [електронний ресурс] – режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/26.pdf>

37. Фоменок Д. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / Д. Фоменок, С. Дубков, С. Дадалко // Баковський весник. - 2011. - № 10. - С. 29-35.

ДОДАТОК А.1

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Коростенський завод МДФ"
Територія М. КИЇВ
Організаційно-правова форма господарювання АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
Вид економічної діяльності ВИРОБНИЦТВО ФАНЕРИ, ДЕРЕВ'ЯНИХ ПЛИТ І ПАНЕЛЕЙ, ШПОНУ
Середня кількість працівників 404
Одиниця виміру : тис. грн.
Адреса 01034 м. Київ Шевченківський район м.Київ вул. Ярославів Вал, буд. 38, т.(04142) 6-01-00

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

Коди		
2016	01	01
37079170		
8039100000		
230		
16.21		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на "31"
грудня 2015 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2669	2363
первісна вартість	1001	8814	10272
накопичена амортизація	1002	6145	7909
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6744	6977
Основні засоби	1010	1175838	1141102
первісна вартість	1011	1496828	1595525
знос	1012	320990	454423
Інвестиційна нерухомість	1015	--	--
Довгострокові біологічні активи	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	--	--
інші фінансові інвестиції	1035	--	1560
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	1185251	1152002
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	186057	215011
Виробничі запаси	1101	63019	63304
Незавершене виробництво	1102	14441	23967
Готова продукція	1103	108491	127740
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	39299	59087
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	21138	13451
з бюджетом	1135	99829	15641
у тому числі з податку на прибуток	1136	--	--
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1089	1527
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	12000	6868
Рахунки в банках	1167	10598	6373
Витрати майбутніх періодів	1170	76	513
Інші оборотні активи	1190	1090	5245
Усього за розділом II	1195	360578	317343
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	1545829	1469345
Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	74125	74125
Капітал у дооцінках	1405	--	--
Додатковий капітал	1410	696	696
Резервний капітал	1415	--	--
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-138101	-186890
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	-63280	-112069
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	--	--

Довгострокові кредити банків	1510	195012	265889
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1262597	1225378
Довгострокові забезпечення	1520	--	--
Цільове фінансування	1525	--	--
Усього за розділом II	1595	1457609	1491267
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
товари, роботи, послуги	1615	14926	12951
розрахунками з бюджетом	1620	318	300
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	347	373
розрахунками з оплати праці	1630	800	936
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	24407	40348
Поточні забезпечення	1660	--	--
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	110702	35239
Усього за розділом III	1695	151500	90147
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	1545829	1469345

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Шевело Володимир Миколайович

Головний бухгалтер

(підпис)

Яковенко Алла Леонідівна

Коди		
2016	01	01
37079170		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2015 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	988360	875305
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(637157)	(536736)
Валовий: прибуток	2090	351203	338569
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	27371	44756
Адміністративні витрати	2130	(19034)	(13465)
Витрати на збут	2150	(20416)	(10266)
Інші операційні витрати	2180	(31429)	(49698)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	307695	309896
збиток	2195	(--)	(--)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	794	442
Інші доходи	2240	125366	15728
Фінансові витрати	2250	(286657)	(197420)
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	(195987)	(98748)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	--	29898
збиток	2295	(48789)	(--)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	--	--
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	--	29898
збиток	2355	(48789)	(--)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	--	--
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	--	--
Накопичені курсові різниці	2410	--	--
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	--	--
Інший сукупний дохід	2445	--	--
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	--	--
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	--	--
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	--	--

Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-48789	29898
---	------	--------	-------

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	466735	372065
Витрати на оплату праці	2505	27048	24575
Відрахування на соціальні заходи	2510	9466	8493
Амортизація	2515	135366	125158
Інші операційні витрати	2520	124487	126515
Разом	2550	763102	656806

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	74125000	74125000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	74125000	74125000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	(0.65819900)	0.40334570
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	(0.65819900)	0.40334570
Дивіденди на одну просту акцію	2650	--	--

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Шевело Володимир Миколайович

Головний бухгалтер

(підпис)

Яковенко Алла Леонідівна

ДОДАТОК А.2

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Коростенський завод МДФ"

Територія М. КИЇВ

Організаційно-правова форма господарювання АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО

Вид економічної діяльності ВИРОБНИЦТВО ФАНЕРИ, ДЕРЕВ'ЯНИХ ПЛИТ І ПАНЕЛЕЙ, ШПОНУ

Середня кількість працівників 520

Одиниця виміру : тис. грн.

Адреса 01034 м. Київ Шевченківський район м.Київ вул. Ярославів Вал, буд. 38, т.(04142) 6-01-00

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2017	01	01
37079170		
8039100000		
230		
16.21		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на "31" грудня 2016 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2363	1165
первісна вартість	1001	10272	10272
накопичена амортизація	1002	7909	9107
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6977	226498
Основні засоби	1010	1141102	1024794
первісна вартість	1011	1595525	1613341
знос	1012	454423	588547
Інвестиційна нерухомість	1015	--	--
Довгострокові біологічні активи	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	--	--
інші фінансові інвестиції	1035	1560	392
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	1152002	1252849
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	215011	290635
Виробничі запаси	1101	63304	100005
Незавершене виробництво	1102	23967	28092
Готова продукція	1103	127740	162538
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	59087	55308
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	13451	84454
з бюджетом	1135	15641	2529
у тому числі з податку на прибуток	1136	--	--
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1527	1404
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	6868	6530
Рахунки в банках	1167	6373	5562
Витрати майбутніх періодів	1170	513	595
Інші оборотні активи	1190	5245	776
Усього за розділом II	1195	317343	442231
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи	1200	--	--

вибуття			
Баланс	1300	1469345	1695080

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	74125	74125
Капітал у дооцінках	1405	--	--
Додатковий капітал	1410	696	696
Резервний капітал	1415	--	--
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-186890	-198901
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	-112069	-124080
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	--	--
Довгострокові кредити банків	1510	265889	271795
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1225378	1203258
Довгострокові забезпечення	1520	--	--
Цільове фінансування	1525	--	--
Усього за розділом II	1595	1491267	1475053
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
товари, роботи, послуги	1615	12951	90055
розрахунками з бюджетом	1620	300	552
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	373	416
розрахунками з оплати праці	1630	936	1851
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	40348	4378
Поточні забезпечення	1660	--	924
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	35239	245931
Усього за розділом III	1695	90147	344107
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	1469345	1695080

д/н

Генеральний директор

_____ (підпис)

Шевело Володимир Миколайович

Головний бухгалтер

_____ (підпис)

Яковенко Алла Леонідівна

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Коростенський завод МДФ"

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

Коди		
2017	01	01
37079170		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2016 рік**

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1003605	988360
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(638056)	(637157)
Валовий: прибуток	2090	365549	351203
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	94774	27371
Адміністративні витрати	2130	(23763)	(19034)
Витрати на збут	2150	(36169)	(20416)
Інші операційні витрати	2180	(89536)	(31429)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	310855	307695
збиток	2195	(--)	(--)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	351	794
Інші доходи	2240	43038	125366
Фінансові витрати	2250	(299253)	(286657)
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	(65076)	(195987)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	--	--
збиток	2295	(10085)	(48789)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	--	--
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	--	--
збиток	2355	(10085)	(48789)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	--	--
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	--	--
Накопичені курсові різниці	2410	--	--
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	--	--
Інший сукупний дохід	2445	--	--
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	--	--
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	--	--
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	--	--
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-10085	-48789

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	466058	466735
Витрати на оплату праці	2505	34833	27048
Відрахування на соціальні заходи	2510	6878	9466
Амортизація	2515	135910	135366
Інші операційні витрати	2520	150737	124487
Разом	2550	794416	763102

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	74125000	74125000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	741250000	74125000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	(0.13605400)	(0.65819900)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	(0.01360540)	(0.65819900)
Дивіденди на одну просту акцію	2650	--	--

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Шевело Володимир Миколайович

Головний бухгалтер

(підпис)

Яковенко Алла Леонідівна

ДОДАТОК А.3

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Коростенський завод МДФ"
 Територія М. КИЇВ
 Організаційно-правова форма господарювання АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
 Вид економічної діяльності ВИРОБНИЦТВО ФАНЕРИ, ДЕРЕВ'ЯНИХ ПЛИТ І ПАНЕЛЕЙ, ШПОНУ
 Середня кількість працівників 560
 Одиниця виміру : тис. грн.
 Адреса 01034 м. Київ Шевченківський район м.Київ вул. Ярославів Вал, буд. 38, т.(04142) 6-01-00

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

Коди		
2018	01	01
37079170		
8039100000		
230		
16.21		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

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

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1165	895
первісна вартість	1001	10272	10272
накопичена амортизація	1002	9107	9377
Незавершені капітальні інвестиції	1005	226498	193382
Основні засоби	1010	1024794	894803
первісна вартість	1011	1613341	1619451
знос	1012	588547	724648
Інвестиційна нерухомість	1015	--	--
Довгострокові біологічні активи	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	--	--
інші фінансові інвестиції	1035	392	--
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	1252849	1089080
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	290635	293479
Виробничі запаси	1101	100005	76367
Незавершене виробництво	1102	28092	23001
Готова продукція	1103	162538	193834
Товари	1104	--	277
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	55308	48406
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	84454	209420
з бюджетом	1135	2529	501
у тому числі з податку на прибуток	1136	--	--
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1404	361
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	6530	5271

Рахунки в банках	1167	5562	5271
Витрати майбутніх періодів	1170	595	58
Інші оборотні активи	1190	776	1148
Усього за розділом II	1195	442231	558644
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	1695080	1647724
Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	74125	74125
Капітал у дооцінках	1405	--	--
Додатковий капітал	1410	696	696
Резервний капітал	1415	--	--
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-198901	-194618
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	-124080	-119797
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	--	--
Довгострокові кредити банків	1510	271795	--
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1203258	1173287
Довгострокові забезпечення	1520	--	--
Цільове фінансування	1525	--	--
Усього за розділом II	1595	1475053	1173287
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
товари, роботи, послуги	1615	90055	91979
розрахунками з бюджетом	1620	552	970
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	416	593
розрахунками з оплати праці	1630	1851	2483
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	4378	13453
Поточні забезпечення	1660	924	1862
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	245931	482894
Усього за розділом III	1695	344107	594234
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	1695080	1647724

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Шевело Володимир Миколайович

Головний бухгалтер

(підпис)

Яковенко Алла Леонідівна

Коди		
2018	01	01
37079170		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2017 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1074572	1003605
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(682805)	(638056)
Валовий: прибуток	2090	391767	365549
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	197090	94774
Адміністративні витрати	2130	(27317)	(23763)
Витрати на збут	2150	(47487)	(36169)
Інші операційні витрати	2180	(194604)	(89536)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	319449	310855
збиток	2195	(--)	(--)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	364	351
Інші доходи	2240	5138	43038
Фінансові витрати	2250	(288105)	(299253)
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	(31437)	(65076)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	5409	--
збиток	2295	(--)	(10085)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	--	--
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	5409	--
збиток	2355	(--)	(10085)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	--	--
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	--	--
Накопичені курсові різниці	2410	--	--
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	--	--
Інший сукупний дохід	2445	--	--
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	--	--
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	--	--
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	--	--

Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	5409	-10085
---	------	------	--------

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	491156	466058
Витрати на оплату праці	2505	48616	34833
Відрахування на соціальні заходи	2510	9238	6878
Амортизація	2515	137391	135910
Інші операційні витрати	2520	158137	150737
Разом	2550	844538	794416

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	74125000	74125000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	74125000	74125000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.07297130	(0.13605400)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.07297130	(0.13605400)
Дивіденди на одну просту акцію	2650	--	--

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Шевело Володимир Миколайович

Головний бухгалтер

(підпис)

Яковенко Алла Леонідівна

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Коростенський завод МДФ"

Територія М. КИЇВ

Організаційно-правова форма господарювання АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО

Вид економічної діяльності ВИРОБНИЦТВО ФАНЕРИ, ДЕРЕВ'ЯНИХ ПЛИТ І ПАНЕЛЕЙ, ШПОНУ

Середня кількість працівників 576

Одиниця виміру : тис. грн.

Адреса 01034 м. Київ Шевченківський район м.Київ вул. Ярославів Вал, буд. 38, т.(04142) 6-01-00

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2019	01	01
37079170		
8039100000		
230		
16.21		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на "31" грудня 2018 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	895	602
первісна вартість	1001	10272	10272
накопичена амортизація	1002	9377	9670
Незавершені капітальні інвестиції	1005	193382	155391
Основні засоби	1010	894803	904445
первісна вартість	1011	1619451	1766196
знос	1012	724648	861751
Інвестиційна нерухомість	1015	--	--
Довгострокові біологічні активи	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	--	--
інші фінансові інвестиції	1035	--	--
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	1089080	1060438

II. Оборотні активи	1100	293479	373948
Запаси			
Виробничі запаси	1101	76367	168685
Незавершене виробництво	1102	23001	50222
Готова продукція	1103	193834	154762
Товари	1104	277	279
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	48406	91760
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	209420	158463
з бюджетом	1135	501	3381
у тому числі з податку на прибуток	1136	--	--
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	361	634
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	5271	14479
Рахунки в банках	1167	5271	14479
Витрати майбутніх періодів	1170	58	1785
Інші оборотні активи	1190	1148	1609
Усього за розділом II	1195	558644	646059
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	1647724	1706497

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	74125	74125
Капітал у дооцінках	1405	--	--
Додатковий капітал	1410	696	696
Резервний капітал	1415	--	--
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-194618	-132805
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	-119797	-57984
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	--	--
Довгострокові кредити банків	1510	--	--
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1173287	1173287
Довгострокові забезпечення	1520	--	--
Цільове фінансування	1525	--	--
Усього за розділом II	1595	1173287	1173287
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
товари, роботи, послуги	1615	91979	165492
розрахунками з бюджетом	1620	970	782
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	593	830
розрахунками з оплати праці	1630	2483	3266
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	13453	12644
Поточні забезпечення	1660	1862	2290
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	482894	405890
Усього за розділом III	1695	594234	591194
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	1647724	1706497

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Шевело Володимир

Головний бухгалтер

(підпис)

Миколайович

Яковенко Алла

Леонідівна

**Підприємство Приватне акціонерне
товариство "Коростенський завод МДФ"**

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

Код		
201	01	01
37079170		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2018 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1383392	1074572
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1007052)	(682805)
Валовий: прибуток	2090	376340	391767
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	190459	197090
Адміністративні витрати	2130	(47810)	(27317)
Витрати на збут	2150	(50619)	(47487)
Інші операційні витрати	2180	(126443)	(194604)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	341927	319449
збиток	2195	(--)	(--)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	239	364
Інші доходи	2240	--	5138
Фінансові витрати	2250	(281589)	(288105)
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	(324)	(31437)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	60253	5409
збиток	2295	(--)	(--)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	--	--
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	60253	5409
збиток	2355	(--)	(--)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	--	--
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	--	--
Накопичені курсові різниці	2410	--	--
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	--	--
Інший сукупний дохід	2445	--	--
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	--	--
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	--	--
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	--	--

Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	60253	5409
---	------	-------	------

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	719427	491156
Витрати на оплату праці	2505	66559	48616
Відрахування на соціальні заходи	2510	12665	9238
Амортизація	2515	151135	137391
Інші операційні витрати	2520	198469	158137
Разом	2550	1148255	844538

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	74125000	74125000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	74125000	74125000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.81285670	0.07297130
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.81285670	0.07297130
Дивіденди на одну просту акцію	2650	--	--

д/н

Генеральний директор

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)

ДОДАТОК А.5

Підприємство Приватне акціонерне товариство "Коростенський завод МДФ"

Територія М. КИЇВ
Організаційно-правова форма господарювання АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
Вид економічної діяльності ВИРОБНИЦТВО ФАНЕРИ, ДЕРЕВ'ЯНИХ ПЛИТ І ПАНЕЛЕЙ, ШПОНУ

Середня кількість працівників 578

Одиниця виміру : тис. грн.

Адреса 01034 м. Київ Шевченківський район м.Київ вул. Ярославів Вал, буд. 38, т.(04142) 6-01-00

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

за КОАТУУ
за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2020	01	01
37079170		
8039100000		
230		
16.21		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

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

Форма № 1

Код за ДКУД

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	602	622
первісна вартість	1001	10272	10067
накопичена амортизація	1002	9670	9445
Незавершені капітальні інвестиції	1005	155391	152283
Основні засоби	1010	904445	888964
первісна вартість	1011	1766196	1730872
знос	1012	861751	841908
Інвестиційна нерухомість	1015	--	--
Довгострокові біологічні активи	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	--	--
інші фінансові інвестиції	1035	--	--
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	1060438	1041869
II. Оборотні активи	1100	373948	

Запаси			368105
			160251
Виробничі запаси	1101	168685	49720
Незавершене виробництво	1102	50222	157857
Готова продукція	1103	154762	278
Товари	1104	279	368105
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	91760	87172
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	158463	164802
з бюджетом	1135	3381	4128
у тому числі з податку на прибуток	1136	--	--
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	634	722
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	14479	15207
Готівка			1002
Рахунки в банках	1167	14479	14205
Витрати майбутніх періодів	1170	1785	12204
Інші оборотні активи	1190	1609	708
Усього за розділом II	1195	646059	653048
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	1706497	1694917

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	74125	74125
Капітал у дооцінках	1405	--	--
Додатковий капітал	1410	696	696
Резервний капітал	1415	--	--
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-132805	-125479
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	-57984	-50658

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	--	
Довгострокові кредити банків	1510	--	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1173287	1173287
Довгострокові забезпечення	1520	--	
Цільове фінансування	1525	--	
Усього за розділом II	1595	1173287	1173287
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	--	
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	
товари, роботи, послуги	1615	165492	159472
розрахунками з бюджетом	1620	782	804
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	
розрахунками зі страхування	1625	830	912
розрахунками з оплати праці	1630	3266	33687
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	12644	11024
Поточні забезпечення	1660	2290	2147
Доходи майбутніх періодів	1665	--	
Інші поточні зобов'язання	1690	405890	364242
Усього за розділом III	1695	591194	572288
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	
Баланс	1900	1706497	1694917

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік**

Форма № 2

Код за ДКУД

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1585927	1383392
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-1052473	-1007052
Валовий:	2090	533454	376340

прибуток			
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	182314	190459
Адміністративні витрати	2130	-50217	-47810
Витрати на збут	2150	-65124	-50619
Інші операційні витрати	2180	-183697	-126443
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	416730	341927
збиток	2195	(--)	(--)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	184	239
Інші доходи	2240	--	--
Фінансові витрати	2250	-282149	-281589
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	-86	-324
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	134679	60253
збиток	2295	(--)	(--)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	--	--
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	134679	60253
збиток	2355	(--)	(--)

II. СУКУПНИЙ

ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	--	--
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	--	--
Накопичені курсові різниці	2410	--	--
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	--	--
Інший сукупний дохід	2445	--	--
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	--	--
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	--	--

Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	--	--
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	134679	5409

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ

ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	824754	719427
Витрати на оплату праці	2505	76304	66559
Відрахування на соціальні заходи	2510	14519	12665
Амортизація	2515	173262	151135
Інші операційні витрати	2520	227526	198469
Разом	2550	1316365	1148255

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	74125000	74125000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	74125000	74125000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.81285670	0.07297130
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.81285670	0.07297130
Дивіденди на одну просту акцію	2650	--	--