

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня магістра

студентки Порубаної Вікторії Ігорівни

академічної групи 073м-22з-2

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Управління експортним потенціалом виробника глобального продукту галузі бджільництва (за матеріалами ТОВ «Сан Бі Україна»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Варяниченко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Варяниченко О.В.			

Дніпро
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

«01» вересня 2023 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістра**

студентці Порубаній В.І. академічної групи 073М-22з-2

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Управління експортним потенціалом виробника глобального продукту галузі бджільництва (за матеріалами ТОВ «Сан Бі Україна»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 06 жовтня 2023 р. №1216-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретично-методологічний розділ	Теоретично-методологічні основи управління експортним потенціалом підприємства	01.09.2023 р. – 30.09.2023 р.
Дослідницько-аналітичний розділ	Аналіз господарської та експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна»	01.10.2023 р. – 31.10.2023 р.
Проектно-рекомендаційний розділ	Проект заходів з управління експортним потенціалом ТОВ «Сан Бі Україна»	01.11.2023 р. – 10.12.2023 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Варяниченко О.В.

Дата видачі «01» вересня 2023 року

Дата подання до екзаменаційної комісії «11» грудня 2023 року

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Порубана В.І.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра
студентки групи 073м-22з-2
НТУ «Дніпровська політехніка»
Порубаної Вікторії Ігорівни

на тему: Управління експортним потенціалом виробника глобального продукту
галузі бджільництва (за матеріалами ТОВ «Сан Бі Україна»)

АГРЕСІЯ РФ, ГЛОБАЛЬНИЙ ПРОДУКТ, ЕФЕКТ ЕКСПОРТУ,
ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКСПОРТУ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК, ІННОВАЦІЇ В
БДЖІЛЬНИЦТВІ, ІНОЗЕМНИЙ КОНТРАГЕНТ, МЕД

Структура роботи: 96 сторінок комп'ютерного тексту; 34 рисунки; 23
таблиці; 60 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – управління експортним потенціалом підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування і розробка практичних
рекомендацій щодо управління експортним потенціалом підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи магістра полягають у такому:
розглянуто теоретично-методологічні основи управління експортним
потенціалом підприємства; досліджено стан та перспективи розвитку ринку
меду; проаналізовано господарську та експортну діяльність ТОВ «Сан Бі
Україна»; запропоновано заходи з реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан
Бі Україна»; оцінено економічну ефективність запропонованого проекту заходів
для ТОВ «Сан Бі Україна».

Методи дослідження – структурно - системний підхід, маркетинговий
підхід, статистичного аналізу, економічного аналізу, порівняння, графічної
інтерпретації, індуктивний, дедуктивний, абстрактно-логічний методи.

Результати кваліфікаційної роботи магістра рекомендовано для
використання підприємствами виробниками продукції бджільництва.

Сфера застосування – управління експортною діяльністю підприємства та
інноваціями в галузі бджільництва.

Економічна ефективність запропонованих заходів – збільшення чистого
прибутку підприємства на 1014,65 тис. грн, ефективність експорту меду та
продуктів бджільництва до Великобританії становитиме 11,4 -1,48.

Значимість роботи – реалізація запропонованих заходів дозволить
підприємствам-виробникам продукції бджільництва адаптуватися до сучасного
господарювання в умовах російської агресії на основі ефективного застосування
підходів менеджменту і інновацій в галузі бджільництва.

ABSTRACT

of qualification paper for the Master's degree
by the student of the academic group 073M-223-2
Dnipro University of Technology
Porubana Viktoria

Title: Management of the export potential of a producer of the global product of the beekeeping industry (based on the materials of Sun Bee Ukraine LLC)

AGGRESSION OF RUSSIA, GLOBAL PRODUCT, EXPORT EFFECT, EXPORT EFFICIENCY, EUROPEAN MARKET, INNOVATIONS IN BEEKEEPING, FOREIGN CONTRACTOR, HONEY

Structure: 96 printed pages; 34 figures; 23 tables; 60 references.

Object of development – management of the export potential of the enterprise.

The aim of the paper – theoretical justification and development of practical recommendations for managing the export potential of the enterprise.

The main findings of the qualification paper for the Master's degree are as follows: the theoretical and methodological bases of managing the export potential of the enterprise are considered; the state and prospects of honey market development were investigated; economic and export activity of Sun Bee Ukraine LLC was analyzed; proposed measures to realize the export potential of Sun Bee Ukraine LLC evaluated the economic efficiency of the proposed project of measures for Sun Bee Ukraine LLC.

Research methods – structural - systemic approach, marketing approach, statistical analysis, economic analysis, comparison, graphic interpretation, inductive, deductive, abstract-logical methods.

The findings of the qualification paper for the Master's degree are recommended for use by enterprises of producers of beekeeping products.

Application – management of export activities of the enterprise and innovations in the field of beekeeping.

Financial viability of the proposed measures – an increase in the net profit of the enterprise by UAH 1014.65 thousand, the efficiency of the export of honey and beekeeping products to Great Britain will be 11.4 -1.48.

The value of the research – the implementation of the proposed measures will allow enterprises producing beekeeping products to adapt to modern management in the conditions of Russian aggression based on the effective application of management approaches and innovations in the field of beekeeping.

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретично-методологічні основи управління експортним потенціалом підприємства.....	7
1.1 Сутність експортного потенціалу підприємства	7
1.2 Аналіз та розвиток експортного потенціалу підприємства	13
1.3 Мед як перспективний глобальний продукт аграрного сектора України	20
2 Аналіз господарської та експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна».....	24
2.1 Загальна характеристика підприємства ТОВ «Сан Бі Україна».....	24
2.2 Стан та перспективи розвитку ринку меду.....	27
2.3 Аналіз показників діяльності ТОВ «Сан Бі Україна».....	48
2.4 Аналіз експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна».....	58
3 Проєкт заходів з реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна».....	75
3.1 Впровадження інновацій в бджільництві	75
3.1.1 Рекомендації з використання дронів-безпілотників для бджолярів	75
3.1.2 Рекомендації з використання інноваційної технології - система моніторингу бджолоосім'ї	76
3.2 Рекомендації з виходу на ринок Європи	78
3.2.1 Особливості організації експорту меду з України.....	78
3.2.2 Пошук закордонного контрагента	81
3.2.3 Розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію	82
3.3 Ефективність запропонованого проєкту реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна».....	87
Висновки.....	90
Перелік джерел посилання.....	97

ВСТУП

Досвід конкурентних зарубіжних компаній переконує у тому, що динаміка позитивного розвитку значною мірою досягається завдяки проведенню ефективної експортної політики і залежить від рівня досконалості процесів, що пов'язані з формуванням та використанням експортного потенціалу.

Поняття «експортний потенціал підприємства» може бути визначене як системне явище, що характеризує можливість підприємства виконувати функцію суб'єкта міжнародної економічної діяльності, задовольняючи потреби зовнішніх ринків, природа яких пов'язана зі здійсненням експортної діяльності підприємства. Оскільки експортний потенціал віддзеркалює принцип функціонування системи «підприємство – зовнішній ринок», то критеріальною ознакою можливостей підприємства виконувати функцію суб'єкта міжнародної економічної діяльності є рівень задоволення потреб зовнішнього ринку. Залежно від цього експортний потенціал підприємства як об'єкт управління формує зворотний сигнал (імпульс), який має корегувати систему експортної діяльності підприємства до змінних умов зовнішнього ринку шляхом удосконалення всіх внутрішніх підсистем та бізнеспроцесів [1].

В роботах українських науковців проаналізовано основні чинники, які впливають на розвиток експорту, питання динаміки експортних процесів в умовах трансформації зовнішніх і внутрішніх чинників, принципи розвитку міжнародної діяльності підприємства на європейському ринку. У дослідженнях консолідовано проблеми, що стримують розвиток експортної діяльності підприємств, а саме брак фінансових ресурсів, недосконалість організаційних систем, проблем із законом, складність проходження міжнародної сертифікації та аудитів, які б підтвердили якість продукції та відкрили нові експортні можливості для товарів тощо [2].

На разі діяльність підприємств здійснюється в складних воєнних умовах, які її обмежують. Сучасні економічні умови діяльності підприємств залежать від

воєнних дій та загроз, економічної кризи, низького платоспроможного попиту, мінімізації реальних інвесторів у вкладання коштів в Україну [3].

Зважаючи на це, постає потреба у вивченні особливостей та потенціалу експорту певних галузей та сфер, оскільки кожна з них має свої особливості розвитку міжнародної діяльності на європейському ринку.

Сталість розвитку, економічна результативність та адаптованість до умов сучасного світового господарства суб'єктів економічних відносин зумовлюються наявністю глобальних продуктів.

Вагомою статтею експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектора і перспективним «глобальним продуктом» може стати продукція галузі бджільництва, передусім мед, адже Україна входить до провідних світових виробників меду за обсягом валового виробництва й рівнем споживання цього продукту.

Тому вивчення особливостей управління експортним потенціалом підприємства на зарубіжних ринках є досить актуальною проблемою, тому що у період зростання міжнародної конкуренції, система управління вітчизняних підприємств повинна адаптуватися до сучасних підходів менеджменту, що вимагає постійних інновацій та нових досліджень у цій сфері.

Управлінські рішення щодо розвитку експортного потенціалу розглянуто для ТОВ «Сан Бі Україна», яке займається виробництвом, переробкою та фасуванням меду з подальшою реалізацією.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо управління експортним потенціалом підприємства.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі вирішені такі завдання:

- розглянуто теоретично-методологічні основи управління експортним потенціалом підприємства;
- досліджено стан та перспективи розвитку ринку меду;

- проаналізовано господарську та експортну діяльність ТОВ «Сан Бі Україна»;
- запропоновано заходи з реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна»;
- оцінено економічну ефективність запропонованого проєкту заходів для ТОВ «Сан Бі Україна».

Об'єкт розроблення – управління експортним потенціалом підприємства.

Предмет розроблення – експортна діяльність підприємства.

Методи дослідження – структурно - системний підхід; маркетинговий підхід; статистичного аналізу, економічного аналізу, порівняння, графічної інтерпретації; індуктивний, дедуктивний методи використано для проведення пошукових запитів через Google Trends; для теоретичних узагальнень і формування висновків використано абстрактно-логічний метод.

Практичне значення результатів дослідження для ТОВ «Сан Бі Україна»: впровадження проєкту заходів з реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна» - використання інновацій в бджільництві, вихід на ринок Європи, рекомендації для ведення бізнесу з європейськими покупцями меду дозволяє збільшити чистий прибуток підприємства на 1014,65 тис. грн, ефективність експорту меду та продуктів бджільництва до Великобританії становитиме 1, 1,4 -1,48.

1 ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність експортного потенціалу підприємства

Загалом потенціал означає можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані. В економічному контексті потенціал підприємства розглядається як сукупність чинників, які характеризують силу, джерела, спроможності, кошти, запаси та інші резерви, які можуть бути використані в економічній діяльності. Експортний потенціал розуміється як складова системи зовнішньоторговельних зв'язків, що реалізується через експорт товарів (послуг). Розвиток експортного потенціалу підприємства - це процес забезпечення відповідності основних характеристик продукції підприємства вимогам світових ринків шляхом удосконалення всіх внутрішніх підсистем та бізнеспроцесів [4].

Задорожна І.В., Задорожний А.І. [5], Касич А.О., Бабич Ю.А. [4] розглядають експортний потенціал підприємства як складову економічного потенціалу суб'єкта господарювання, що включає в себе можливість виробляти експортоорієнтовану продукцію зі стандартами відповідності, що призначена для реалізації на зарубіжних ринках та отримання прибутку.

Мельник О.Г. [1] продемонструвала, що в сучасних дослідженнях економічного потенціалу наголос робиться переважно на ресурсну характеристику підприємства як системи. У вітчизняній науковій літературі виділяються різні ознаки поняття «економічний потенціал», асоціюючи його із:

- 1) сукупністю природних умов, ресурсів, можливостей, запасів, цінностей;
- 2) потужністю виробництва, фондів, ресурсів;
- 3) ресурсними, економічними, природними, регіональними характеристиками;
- 4) можливістю виробничих сил досягати певного ефекту.

У міжнародному економічному просторі експортний потенціал підприємства набуває нових якісних ознак, що віддзеркалюють не просто ресурсні можливості національного економічного суб'єкта, а й потреби та інтереси зарубіжних країн та їх економічних агентів [1].

Для аналізу експортного потенціалу підприємства використовують компаративний, ресурсний, системно-структурний, статистико-економічний методичні підходи (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Визначення поняття «експортний потенціал підприємства» за різними методичними підходами [4,6]

Назва підходу	Визначення
Компаративний	Вивчення сукупності можливостей підприємства виробляти і реалізовувати продукцію, яка має порівняльні переваги стосовно аналогічної продукції на іноземних ринках
Ресурсний	Вивчення сукупності ресурсів, які підприємство має можливість використовувати для виробництва продукції на експорт
Системно-структурний	Вивчення об'єкта як цілісної множини елементів у сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд об'єкта як системи
Статистико-економічний	Вивчення масових явищ, процесів, фактів і виявлення тенденцій та закономірностей їх розвитку. Він також дає змогу встановити кількісний вплив окремих факторів на досліджуваний результат, виявити головні чинники, що зумовили зміни в перебігу економічних процесів

Функціональна роль експортного потенціалу полягає у реалізації цільових настанов зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Природа цих настанов може бути різною і формується за принципом забезпечення потреб зовнішніх ринків на ті чи інші продукти та послуги. Рівень задоволення цих потреб окремим підприємством може бути визначений крізь такі показники, як обсяг експорту, якість експортованої продукції, рівень диверсифікації експорту, які визначають

результат експортної діяльності, а щодо її мети слугують критерієм ефективності експортного потенціалу підприємства [1].

Визнання за експортним потенціалом функції забезпечення потреб зовнішніх ринків та виробничої бази, що створює експортні товари та послуги, зумовлює потребу розгляду експортного потенціалу підприємства з двох методологічних позицій: перша – як споживчого потенціалу, що реалізує мету експортної діяльності підприємства, яка полягає у задоволенні потреб зовнішнього ринку; друга – як відтворювального потенціалу, що реалізує мету управління розвитком експортної діяльності підприємства, яка полягає у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності й усталеного функціонування підприємства на зовнішньому ринку [1]. Взаємозв'язок основних складових експортного потенціалу підприємства наведено на рисунку 1.1.

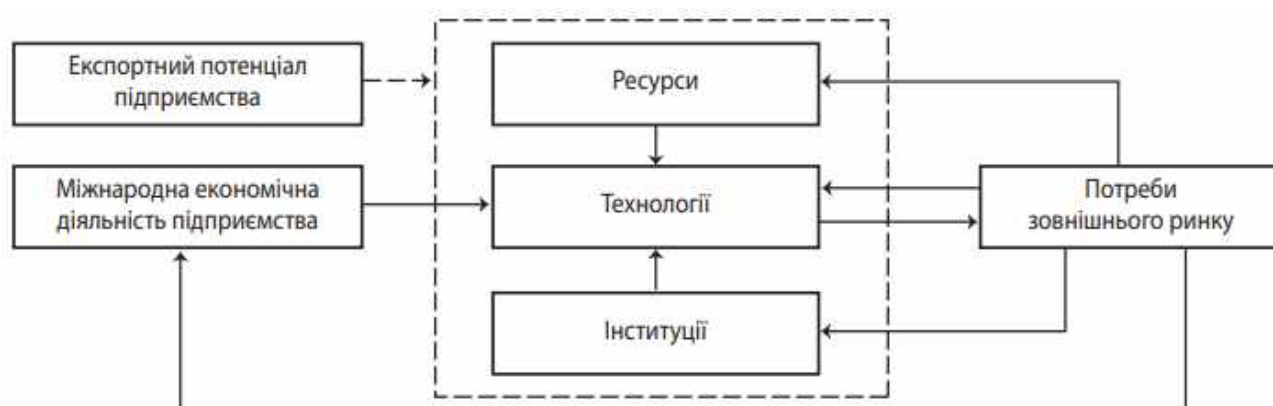


Рисунок 1.1 - Взаємозв'язок основних складових експортного потенціалу підприємства [1]

Федотова Ю.В. [7] показала, що поняття експортного потенціалу підприємства є достатньо складним, оскільки поєднує у собі трактування таких економічних категорій, як «конкурентний потенціал», «виробничий потенціал», «потенціал експортної діяльності», а також «фінансовий потенціал». Конкурентний потенціал – це конкурентоспроможність товару, що характеризується як рівень його економічних, технічних та експлуатаційних параметрів, що дає змогу витримати суперництво з іншими аналогічними

товарами на ринку. Слід зазначити, що поняття конкурентоспроможності може бути застосовано до всіх елементів експортного потенціалу, однак авторка розглядає його як окремий елемент. Під виробничим потенціалом слід розуміти максимальні можливості підприємства з генерації та виробництва продукції, які обмежені внутрішніми чинниками та зовнішніми ресурсами. Виробництво за своїм змістом являє собою максимальні можливості підприємства з генерації та виробництва продукції, які обмежуються внутрішніми факторами та зовнішніми ресурсами. Виробництво забезпечує безпосередньо процес виготовлення товару, тоді як виробничий потенціал включає поряд із виробництвом інноваційну діяльність, ресурсне забезпечення, кадровий потенціал. Потенціал експортної діяльності визначається максимальними можливостями підприємства реалізовувати свою продукцію на зарубіжних ринках збуту. Останнім елементом у структурі експортного потенціалу підприємства є фінансовий потенціал, який є економічною характеристикою підприємства, що відображає здатність господарюючого суб'єкта до саморозвитку на фіксований момент часу. Мета фінансового потенціалу – забезпечення стійкості як усього експортного потенціалу, так і його окремих елементів [7]. Це представлено на рисунку 1.2.

Аналіз підходів до визначення експортного потенціалу відповідно Федотової Ю.В. [7] представлено в таблиці 1.2.

Пирог О. В., Зацепило А. І. [8] вважають, що експортний потенціал підприємства – це обсяг конкурентоздатної продукції чи послуг, що потребує зовнішній ринок та яку можуть виробити та реалізувати господарюючі суб'єкти в поточних ринкових умовах. Експортний потенціал складається з: потенціалу внутрішніх ресурсів; потенціалу цільового зарубіжного ринку; умов виходу на потенційно привабливий ринок.

До потенціалу внутрішніх ресурсів відноситься функціонування операційних процесів, техніко-технологічна база, кадровий потенціал, фінансовий потенціал та методи управління. До потенціалу зовнішнього належать торговельна політика країни, система підтримки експортного виробництва, торговельний режим країни експортування тощо [2].

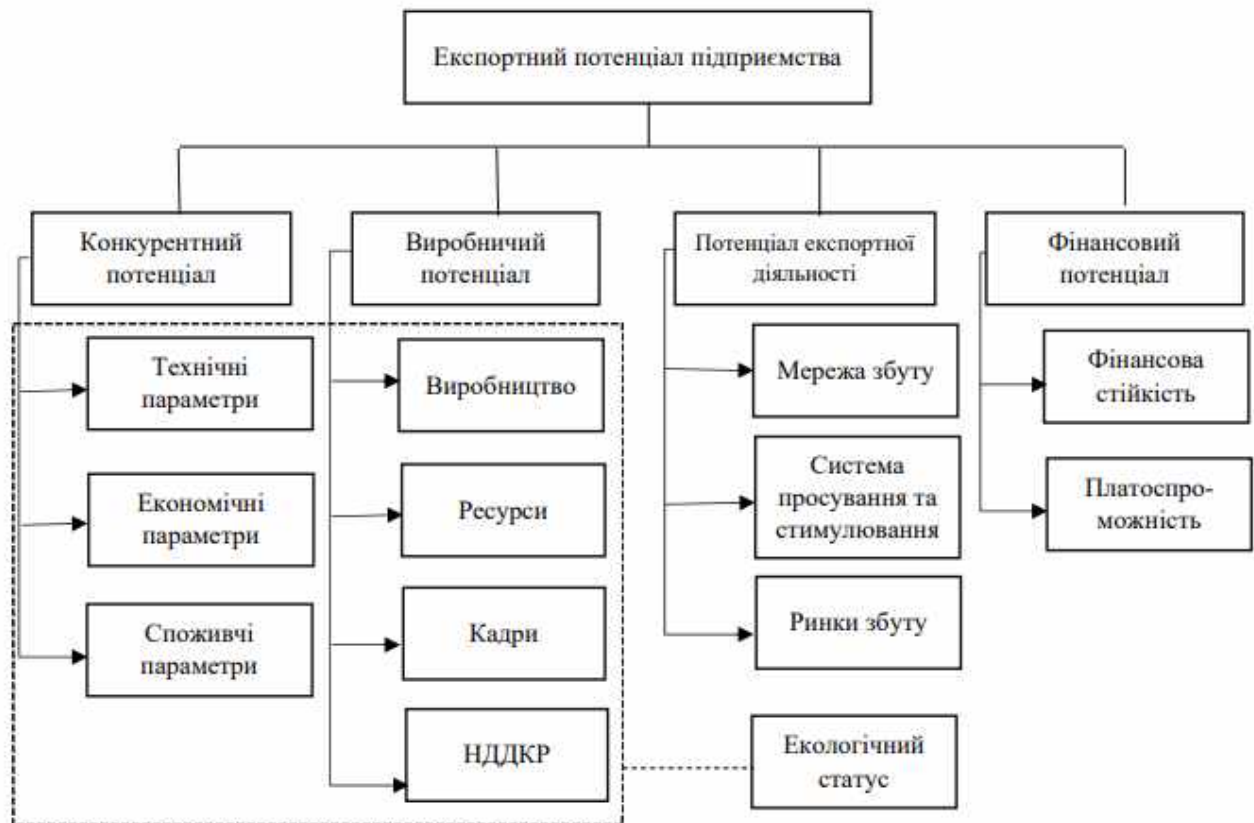


Рисунок 1.2 - Структура експортного потенціалу підприємства [7]

Таблиця 1.2 - Аналіз підходів до визначення експортного потенціалу

Ключове слово	Визначення	Коментар
Здатність	Здатність підприємства реалізовувати продукцію на зовнішньому ринку та залежно від наявних тенденцій зберігати або збільшувати обсяги експорту продукції у довгостроковій перспективі	Експортний потенціал розглядається на стратегічному рівні як здатність підприємства реалізовувати свою продукцію за межами країни
	Реальна або потенційна здатність суб'єкта господарювання виготовляти конкурентоспроможні товари або послуги з використанням власних та/або запозичених ресурсів і реалізовувати їх на зовнішніх ринках із метою максимізації прибутку	Головною метою реалізації експортного потенціалу є одержання прибутку з використанням усіх наявних для цього засобів і ресурсів
	Здатність підприємства адаптуватися до вимог зовнішніх ринків для реалізації на них конкурентоспроможної за	Здатність до адаптації є головною умовою для функціонування підприємства на зовнішніх ринках

	якісним та кількісними параметрами продукції	
	Здатність до функціонування на світовому ринку через зміну форми, місця, обсягів експортної діяльності за умови використання внутрішнього і зовнішнього потенціалу підприємства	Можливість виходу на зовнішні ринки пов'язана з постійними змінами в експортній діяльності, моніторингом ринків та пристосуванням до цих змін
	Здатність підприємства виживати як цілісній системі за рахунок внутрішніх сил, так і додаткових можливостей із зовнішнього середовища	Експортний потенціал – це цілісна система, що може розвиватися лише за умови синтезу всіх її складників
Спроможність	Спроможність економічних суб'єктів забезпечувати конкурентоспроможність завдяки збільшенню обсягів споживання на міжнародних ринках виготовлених ними товарів або послуг	Необхідним є визначення сукупності заходів, за допомогою яких досягається збільшення обсягів споживання на міжнародних ринках
	Спроможність держави експортувати ресурси та продукти, якими вона володіє та виготовляє	Такий погляд акцентує увагу на макроекономічному рівні
Система	Система, що об'єднує кадровий, виробничий, інноваційний та організаційно-управлінський потенціал	Використовуючи такий підхід до розгляду поняття «експортний потенціал», з'являється можливість розробити науково обґрунтовану стратегію та управлінські рішення у сфері ЗЕД
	Динамічна система, що охоплює: виробництво, управління та маркетинг, націлених на адаптацію суб'єкта господарювання до зовнішніх ринків	За такого підходу акцентується увага на залученні всіх наявних ресурсів для забезпечення конкурентоспроможності на міжнародних ринках
Сукупність	Інтегрована сукупність активів підприємства, які використовуються для здійснення міжнародної економічної діяльності та забезпечують конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку	Такий підхід дає змогу розглянути експортний потенціал комплексно, як сукупність активів підприємства, управління якого є складником управління ЗЕД

1.2 Аналіз та розвиток експортного потенціалу підприємства

Щоб розвивати та сприяти нарощуванню експортного потенціалу на підприємстві, слід дотримуватися низки принципів, які є взаємопов'язаними [9]:

- відповідно до чинних стандартів якості, які діють на потенційному ринку, забезпечувати інноваційність продукції;

- захищеність прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера;

- постійність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів для розуміння попиту;

- побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців для експортованих послуг і продуктів;

- актуальність та адекватність позиціонування продукції на ринку відповідно до культурних традицій та соціальних трендів;

- передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури;

- забезпечення економічної ефективності;

- забезпечення інвестиційної привабливості експортера.

Для того щоб сформувавши середовище нарощення та реалізації експортного потенціалу в сучасних ринкових умовах необхідно розуміти фактори, які впливатимуть на цей процес (дивись таблицю 1.3 та рисунок 1.3).

Механізм управління експортним потенціалом підприємства складається з системи функціональних взаємозв'язків між середовищем підприємства та його організаційно-управлінською структурою. Таким чином, саме «механізм» з точки зору економічних досліджень, виступає одним із найбільш розповсюдженим поняттям, що дозволяє виконувати поставлені завдання за допомогою відповідних теоретичних підходів. Механізм управління експортним потенціалом є організаційно-економічним, в рамках якого настроювання взаємовідносин підприємства із зовнішнім середовищем є головною ціллю його

функціонування [5,10]. Принципи, на яких базується механізм управління експортним потенціалом підприємства представлено в таблиці 1.4.

Таблиця 1.3 - Фактори впливу на експортний потенціал суб'єкта господарювання [2]

Ендогенні (внутрішні)	Екзогенні (зовнішні)
Характеристики суб'єкта господарювання: розмір, людські ресурси, науково-технічний потенціал, досвід міжнародної діяльності тощо	Характеристика галузі та внутрішнього ринку: ринкова система господарювання, рівень цінової та нецінової конкуренції, інтенсивність технологічного розвитку
Характеристика продукції чи послуг: унікальність, ціна, патентний захист, обслуговування	Характеристика експортного ринку: кон'юнктура, потенціал ринку, місткість ринку, регуляторні норми
Експортна стратегія	Нормативно-правова база, зокрема тарифне та нетарифне регулювання
Результати експорту: досягнення експортних цілей, обсяги експортної діяльності, додатковий прибуток, отриманий від експорту	Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності та політико-економічні процеси в країні

Етапи аналізу експортного потенціалу підприємства продемонстровано в таблиці 1.5.

Показники оцінки експортного потенціалу наведено на рисунку 1.4.

Досліджуючи теоретико-методологічні аспекти механізму управління експортним потенціалом підприємства, необхідно впроваджувати нові управлінські моделі, що забезпечать сталий розвиток експортної діяльності, і відповідно мають відповідати наступним положенням [11]:

– досліджуваний механізм розглядається у сукупності пов'язаних структурно-функціональних рівнів, способів прийняття рішень, які спрямовані на формування та ефективне використання експортного потенціалу підприємства, як одного із складових джерел здійснення міжнародної конкурентоспроможності;

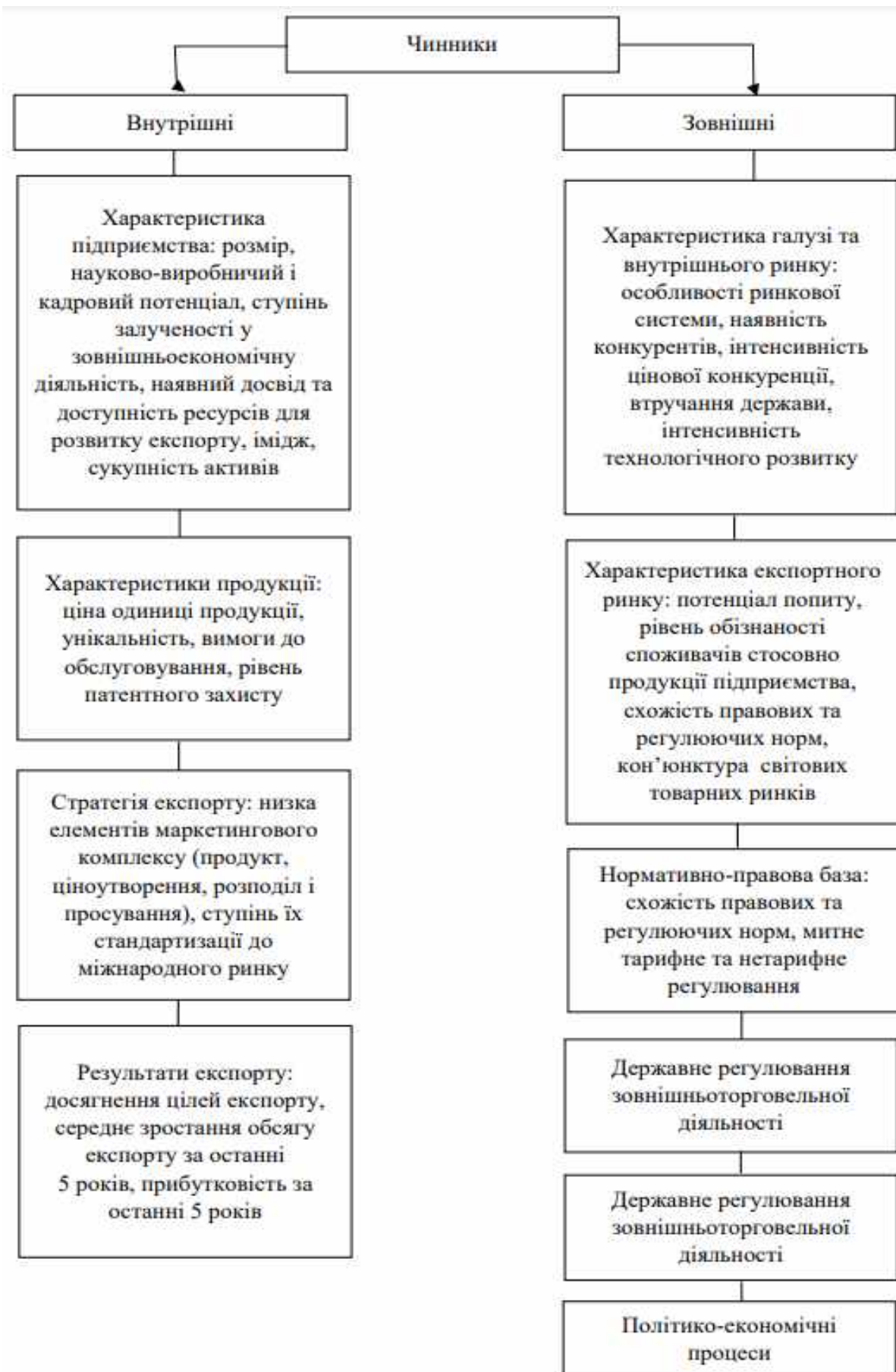


Рисунок 1.3 - Чинники внутрішнього та зовнішнього середовища [7]

Таблиця 1.4 - Принципи механізму управління експортним потенціалом підприємства [побудовано за даними 5, 10]

Принципи	Сутнісна характеристика
Законність	механізм управління експортним потенціалом підприємства має відповідати правилам і законам що встановлені як вітчизняним, так і міжнародним законодавством
Комплексність	механізм управління експортним потенціалом підприємства має включати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище
Цілеспрямованість	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен охоплювати широкі масштаби зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання
Самозабезпечення та безперервність	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен забезпечувати виробничий процес зовнішньоекономічної діяльності у безперервному режимі
Циклічність	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен здійснювати моніторинг у процесі зовнішньоекономічної діяльності
Підпорядкованість діяльності підприємства етапам управління	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен відбуватися відповідно до етапів управління та виконувати свої функції
Інформованість	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен здійснювати моніторинг стосовно зовнішнього та внутрішнього стану підприємства
Економічна ефективність	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен забезпечувати досягнення цілі та мети суб'єкта господарювання та досягнення економічного ефекту
Відповідальність	механізм управління експортним потенціалом підприємства повинен забезпечувати відповідальність як керівника так і колективу, щодо виконання своїх зобов'язань

Таблиця 1.5 - Етапи аналізу експортного потенціалу підприємства [4]

Етапи аналізу	Показники
I. Внутрішньо-орієнтований етап аналізу	
Аналіз рівня міжнародної інтернаціоналізації діяльності підприємства	<ul style="list-style-type: none"> - Кількість країн, де реалізується продукція підприємства; - форми присутності компанії на ринках інших країн; - частка експортної продукції у загальному обсязі реалізації продукції підприємства-експортера; - частка реалізованої продукції, реалізованої через прямий експорт - ринкова частка компанії на ринках в інших країнах; - кількість зарубіжних філіалів; - частка активів, чисельності зайнятих та продаж через зарубіжні філіали; - інвестиції у зарубіжні філіали
Аналіз показників експортної діяльності підприємства	<ul style="list-style-type: none"> - Динаміка обсягів продаж у натуральних та вартісних показниках у розрізі регіонів та країн; - динаміка доходів та прибутків у розрізі регіонів та країн; - структура експорту та її зміни
Аналіз ресурсного забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> - Чисельність працівників, чия діяльність пов'язана з експортом (відділ ЗЕД); - R&D діяльність (напрями досліджень, розміщення центрів науково-технічних розробок, розробка передових компонентів продукції і систем випередження конкурентів); - витрати на дилерські та сервісні центри за кордоном; - витрати на маркетингові заходи за кордоном
Аналіз ефективності експорту	<ul style="list-style-type: none"> - Рентабельність експортної продукції (у порівнянні з рентабельністю продукції, реалізованої на внутрішньому ринку); - частка прибутку від експорту продукції в загальній величині прибутку підприємства; - коефіцієнт співвідношення світових цін та цін експортної продукції підприємства
II. Зовнішньо-орієнтований етап аналізу	
Аналіз кон'юнктури світового ринку (ринку регіонів та окремих країн)	<ul style="list-style-type: none"> - Обсяг виробництва та реалізації продукції на світовому ринку (в тому числі у розрізі регіонів та окремих країн); - тенденції (динаміка) економічного розвитку глобальної економіки, світового ринку (ринку регіонів та окремих країн); - тренди розвитку ринків продукції підприємства
Аналіз інтенсивності конкуренції на світовому ринку	<ul style="list-style-type: none"> - Кількість основних конкурентів, кількість угод M&A, - рівень завантаження виробничих потужностей основних експортерів; - форми присутності основних експортерів на світовому ринку (ринку регіонів та окремих країн) - ціна одиниці продукції та її динаміка; - інвестиційна та інноваційна активність (інвестиції в основні активи, інвестиції в НДДРК)

Показник	Алгоритм розрахунку	Коментар
Ефективність виробництва експортної продукції	$E = \frac{Ц_e}{C_e},$ де $Ц_e$ – вартість експортної продукції у внутрішніх цінах, грош. од.; C_e – собівартість експортної продукції, грош. од.	Характеризує ефективність виробництва продукції для підприємства, яке експортує продукцію. Чим вище значення цього показника, тим більш доцільним є випуск продукції
Питома вага прибутку від експорту продукції у загальному обсязі прибутку підприємства	$ПВ_{me} = \frac{\Pi_e}{\Pi},$ де Π_e – прибуток від експорту продукції, грош. од.; Π – загальний прибуток підприємства експортера, грош. од.	Коефіцієнт відображає частку прибутку від експорту продукції у загальній сумі прибутку від реалізації продукції підприємства-експортера. Чим вище цей показник, тим більш вагомим є експорт даного виду продукції
Рентабельність експортних продаж	$P_e = \frac{\Pi_e}{B_e},$ де B_e – виручка від реалізації продукції на експорт, грош. од.	Відображає прибутковість експорту продукції. Чим вище цей показник, тим більш вигідним є експорт даного виду продукції для підприємства
Питома вага експорту у загальному обсязі реалізації продукції підприємства	$ПВ_e = \frac{O_e}{O_p},$ де O_e – обсяг експорту продукції, грош. од.; O_p – загальний обсяг реалізованої продукції, грош. од.	Відображає експортну орієнтованість виробництва. Чим вищим є показник, тим більш значимим є експортний напрям реалізації продукції
Конкурентоспроможність виробника	$K = \frac{B_e}{(B_e + B_p)},$ де B_e – витрати, пов'язані із виробництвом продукції, грош. од.; B_p – витрати на реалізацію продукції, грош. од.	Якщо отриманий коефіцієнт більше 1, то експорт вважається прибутковим, і підприємство має сильні конкурентні позиції
Частка продукції, що сертифікована за міжнародними стандартами	$ЧП_{сер} = \frac{\Pi_{сер}}{\Pi},$ де $\Pi_{сер}$ – обсяг сертифікованої продукції, шт.; Π – загальний обсяг продукції, шт.	Показник характеризує експортні можливості підприємства, оскільки торговельні операції із зарубіжними країнами можуть здійснюватися лише за умов наявності міжнародних сертифікатів якості
Частка інноваційної продукції	$ЧП_i = \frac{\Pi_i}{\Pi},$ де Π_i – обсяг інноваційної продукції, Π – загальний обсяг продукції	Показник визначає частку інноваційної продукції у загальному обсязі виготовленої продукції
Частка продукції, що спрямовується до зарубіжних країн	$ЧП_{ек} = \frac{\Pi_{ек}}{\Pi},$ де $\Pi_{ек}$ – обсяг продукції, яка спрямовується на експорт	Показник визначає частку продукції, яка спрямовується на експорт, у загальному обсязі виготовленої продукції

Рисунок 1.4 - Показники оцінки експортного потенціалу [7]



Рисунок 1.5 - Послідовність етапів формування механізму управління експортним потенціалом підприємства [5]

– інституційна компонента експортного потенціалу підприємства відіграє важливу роль в управлінському механізмі, так як система прийняття ефективних рішень в управлінні експортоорієнтованою діяльністю базується на державному та корпоративному узгодженні цілей та інтересів;

– структура механізму управління експортним потенціалом здійснюється на основі програмно-цільового блоку, оскільки він включає комплексне узгодження як державних, так і корпоративних цілей, що відображають проблеми та способи їх розв'язання, які виникають у процесі управління;

– досліджуваний механізм має відповідати законодавчим нормативам держави, щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності та здійснювати ефективне інтегрування у світогосподарські структури;

– у механізмі управління експортним потенціалом підприємства має бути присутній взаємозв'язок з усіма ієрархічними рівнями управління та їхніми системами.

1.3 Мед як перспективний глобальний продукт аграрного сектора України

Яценко О.М. [12] узагальнила дослідження в напрямі розгляду меду, як глобального продукту.

Продукти, які мають найбільші шанси потрапити на світовий ринок, – це ті, що мають глобальну назву бренду та мають такі характеристики: виробляються відомими фірмами, що працюють у всьому світі; мають універсальну корисність для сучасної людини; можуть бути адаптовані до ринку незалежно від соціокультурних відмінностей; мають будь-які переваги перед конкурентами; мають високу якість; мають відповідну ринкову ціну, що може бути прийнята споживачами в різних країнах [12]

Відповідно Яценко О.М. [12] під глобальним агропродовольчим продуктом розуміємо сукупність параметричних характеристик продукції певної галузі з урахуванням особливостей країни походження, що уніфіковані й стандартизовані та відповідають глобальним потребам споживачів.

Україна інтегрована у глобальний світовий ринок, і на разі її пропозиція щодо глобальних агропродовольчих продуктів становить більше двадцяти товарних позицій. Особливої уваги заслуговує галузь бджільництва, яка спроможна певною мірою формувати продовольчу безпеку країни, сприяти ефективному розвитку суміжних галузей сільського господарства та збереженню національних агроєкосистем, підтримувати розвиток сільських територій. Галузь володіє достатнім експортоутворюючим потенціалом, відповідає вимогам глобального попиту та спроможна забезпечити світовий ринок глобальним продуктом. Відомо, що мед є найвідомішим продуктом бджіл [13].

Створюючи глобальний продукт і формуючи його конкурентні переваги, необхідно врахувати передовий світовий досвід у даній галузі. Світова практика у бджільництві виявляє можливості становлення переваг за рахунок:

- надання галузі пріоритетного статусу;
- збалансованої структурної аграрної політики та розвиненого інституційного середовища;
- індустріального рівня виробництва, що дає змогу інтенсифікувати господарську діяльність;
- використання сучасної техніки, обладнання, бджолоінвентарю;
- розвиненої системи збуту і здійснення ринкової діяльності на засадах маркетингу та стратегічного менеджменту;
- комплексного вирішення проблем глобального і локального рівнів;
- державної підтримки [14].

Необхідно зазначити, що в 2016 р. український мед пройшов міжнародну сертифікацію і тепер відповідає вимогам міжнародного стандарту з харчової безпеки FSSC 22000, що підвищить його репутацію перед імпортерами [15].

Під час створення глобального продукту – меду натурального українського походження, необхідно враховувати внутрішні сильні і слабкі характеристики вітчизняної галузі бджільництва та її товаровиробників, а також їх зовнішні можливості і загрози. На основі цього Яценко О.М. аргументована доцільність розвитку агробізнесу у відповідному сегменті України з перспективою створення глобального продукту – меду натурального (рис. 1.6).

В умовах глобалізації всі сектори національних економік стають взаємозалежними, взаємозумовлюючими і комплементарними, а місце і роль держави у світовій економіці визначаються кількістю експортоспроможних галузей та обсягом і вартістю екологічнобезпечної стандартизованої продукції. Пріоритетним завданням держави стає формування і підтримка стратегічних експортоутворюючих галузей, здатних створювати глобальні продукти. В Україні такою можна вважати галузь бджільництва, враховуючи такі аргументи:

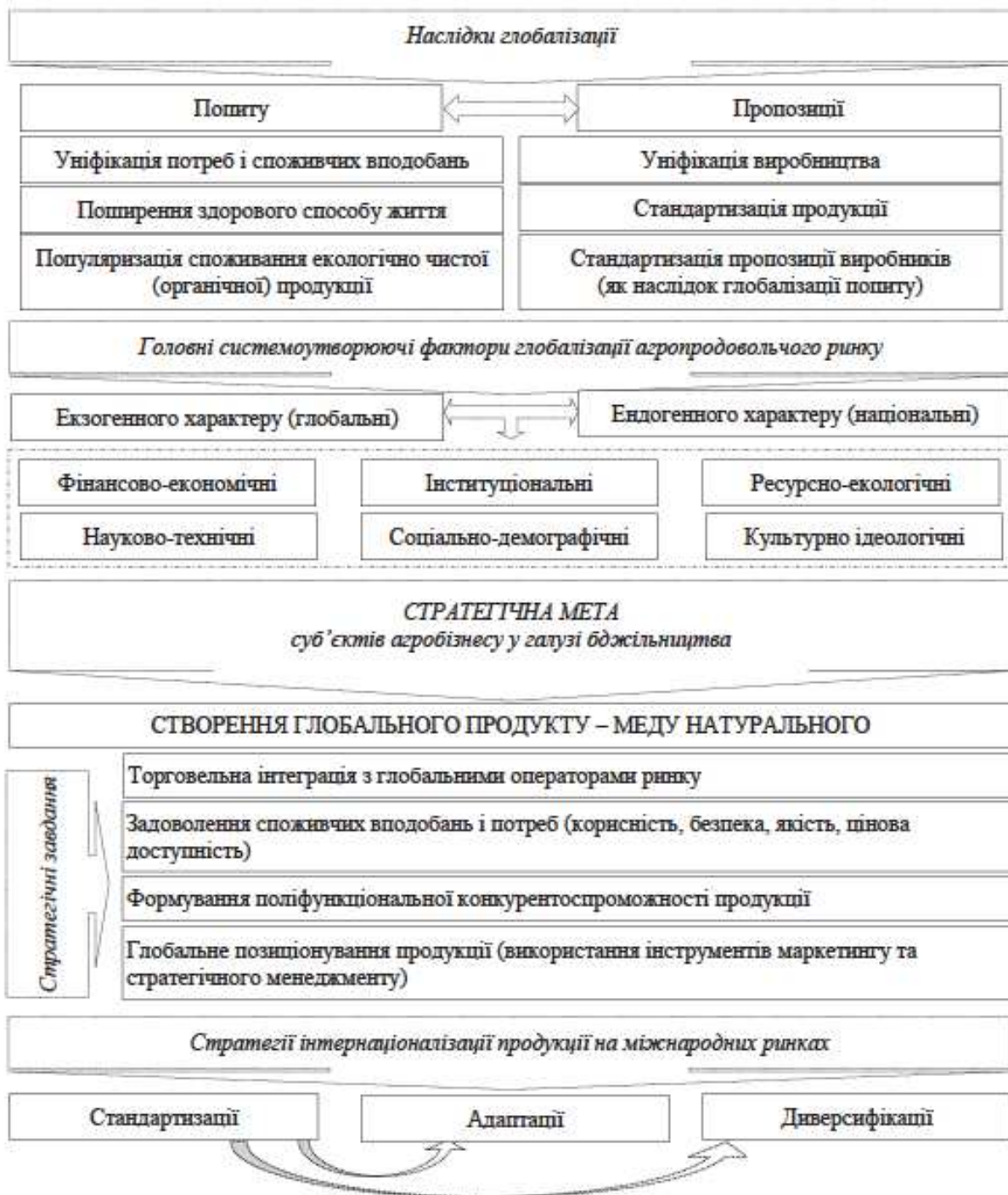


Рисунок 1.6 - Механізм реалізації стратегії створення глобального продукту – меду натурального [12]

- держава входить до п'ятірки найбільших виробників меду за обсягом валового виробництва і рівнем споживання цього продукту;
- продукція визнана на світовому ринку за якісними і смаковими характеристиками;

- існує високий глобальний попит на якісний натуральний мед та іншу продукцію бджільництва;
- ніша на зовнішніх ринках у відповідному сегменті відносно вільна;
- світовий ринок продукції бджільництва продовжує розвиватися, при цьому основний акцент робиться на чисту (органічну) й якісну продукцію;
- продукція бджільництва України має у відповідному сегменті конкурентні переваги і спроможна стати глобальним продуктом [12].

2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «САН БІ УКРАЇНА»

2.1 Загальна характеристика підприємства ТОВ «Сан Бі Україна»

ТОВ «Сан Бі Україна» знаходиться за адресою - Україна, 02121, місто Київ, вулиця Автопаркова, будинок 7 [16].

Історія підприємства розпочалася 7 липня 1998 року, коли новостворене підприємство ЗАТ «Медодар» пройшло первісну реєстрацію. Оскільки стан галузі 1998 року підштовхував до визначення пріоритетності саме в виробництві, переробці та фасуванні меду з подальшою реалізацією, то основні зусилля були направлені на відкриття власної потужності з переробки. У серпні 1998 року, за ініціативи фінансово-промислової компанії «Дека», було відкрито першу чергу виробництва з переробки продуктів бджільництва – цех переробки та фасування меду в скляну тару (ємністю 130, 300 і 495 гр. та потужністю до 40 т. на місяць) [17].

Впродовж шести років плідної праці підприємство активно розвивалося. Було налагоджено закупівлю продукції бджільництва у бджолярів з усіх куточків України, цех виробництва стрімко набирав обертів у напрямку переробки та фасування меду, і поступово асортимент було розширено до 40 видів продукції, у тому числі, медових сумішей з горіхами. Консультаційний супровід виробництва забезпечувало державне підприємство «Київбджолопром». Збут готової продукції на той час здійснювався через ексклюзивного торгового агента - торговий дім «Моравія» [17].

У 2004 році у зв'язку із збільшенням обсягів виробництва ЗАТ «Медодар» було реорганізоване у ТОВ «Олександрівський». Після виходу на проєктну потужність першої черги виробництва розпочалося будівництво основного цеху та оснащення його власним обладнанням, якому, на той момент, не було аналогів в Україні. Новітнє обладнання мало принципово нові, нетрадиційні рішення

щодо розпушування меду, видалення пухирців повітря, вологи, що позитивно вплинуло на якість і кількість кінцевого продукту та його ціну. Нарощені об'єми виробництва та накопичений досвід відкрили для компанії нові професійні горизонти. Настав час виходити на зарубіжні ринки і виникла необхідність в актуалізації назви компанії та торгової марки, наближених до західних стандартів. Тому на початку 2011 року компанія пройшла вражаючий і абсолютно радикальний ребрендинг, який мав за мету збільшення лояльності споживачів до компанії, посилення унікальності бренду та залучення нових споживачів. Оновлена торгова марка «Медодар» впевнено заволоділа торговельними мережами як національного, так і локального рівнів, а інтернаціональна направленість «Sun Bee Ukraine» дозволила налагодити експортні зв'язки із країнами СНД та ЄС [17].

Основна місія ТОВ «Сан Бі Україна» - донести цінність та корисність меду споживачу, а це неможливо втілити без дотримання високої якості продукції. Гарантовано високі показники якості сировини та готової продукції підприємства забезпечені, в тому числі, функціонуванням сучасної акредитованої виробничо-технологічної лабораторії, яка обладнана спеціалізованим випробувальним обладнанням і засобами вимірювань, здійснюється повне простежування сировини на всіх етапах виробництва.

ТОВ «Сан Бі Україна» успішно пройшла сертифікаційний аудит з безпечності харчових продуктів ISO 22000:2005 (рисунок 2.1). Відповідність підприємства вимогам даного стандарту підтверджена сертифікатом AFNOR Groupe [17].

ТОВ «Сан Бі Україна» успішно пройшло сертифікаційний аудит на відповідність вимогам стандарту True Source Certified™ та отримала статус повноцінного учасника ініціативи True Source Certified™ (рисунок 2.2).

Компанія True Source Honey, LLC розробила добровільну систему True Source Certified® перевірки відстеження та автентичності для тих учасників, які бажають продемонструвати через незалежну третю сторону, що їхня практика закупівель повністю відповідає законодавству США та міжнародній



Рисунок 2.1 – Сертифікат з безпечності харчових продуктів ISO 22000:2005 [17]



Рисунок 2.2 – Сертифікат стандарту True Source Certified™ [17]

торгівлі. Програму сертифікації меду було запущено в 2010 році, щоб допомогти запобігти незаконній торгівлі медом, яка обходить законодавство США і яка також потенційно шкодить репутації всього меду, що продається в Північній Америці [18].

Додатковим доказом та запорукою успіху ретельного підходу дотримання якості продукції є висока кваліфікація фахівців виробничо-технологічної лабораторії ТОВ «Сан Бі Україна», які мають харчову інженерно-технологічну освіту та великий досвід роботи у лабораторному контролі якості харчових продуктів [17].

Враховуючи особливості походження меду, його специфічність, широке використання, з одного боку, і погіршення екологічної ситуації на планеті - з іншого, цілком зрозумілі і виправдані високі вимоги, що пред'являються до його якості та безпеки [17].

ТОВ «Сан Бі Україна» піклується про збереження природних властивостей меду, який випускає, для чого відстежує кожен етап виробництва, переробки та фасування. Політику у сфері якості було розроблено та впроваджено для досягнення високої якості та безпечності виробленої продукції, забезпечення безпечних умов праці та захисту навколишнього середовища. Працівники компанії пройшли навчання в TÜV Rheinland Ukraine і підприємство пройшло сертифікацію з безпечності харчових продуктів (НАССР) та неухильно дотримується виконання даного стандарту [17] (рисунк 2.3).

Фахівці ТОВ «Сан Бі Україна» розробили власні технічні умови для меду натурального, провели державну реєстрацію у МОЗ України, Інституті гігієни та медичної екології ім. Марзеєва НАМН України та отримали узгодження Державної ветеринарної служби України (рисунки 2.4 та 2.5).

2.2 Стан та перспективи розвитку ринку меду

Дослідження стану та перспектив розвитку ринку меду виконано за багатьма джерелами інформації [19-43].



Рисунок 2.3 – Сертифікат з безпечності харчових продуктів (НАССТР) [17]



Рисунок 2.4 – Технічні умови для меду натурального [17]



Рисунок 2.5 – Сертифікат для меду натурального Державної ветеринарної служби України [17]

Однією з найважливіших галузей сільського господарства є бджільництво. Бджільництво - галузь сільськогосподарського виробництва, основою функціонування якої є розведення, утримання та використання бджіл для запилення ентомофільних рослин сільськогосподарського призначення і підвищення їх урожайності, виробництво харчових продуктів і сировини для промисловості [44].

Основною функцією бджільництва є розведення бджіл, які в свою чергу надають різноманітні види сільськогосподарської продукції, а саме: мед, віск, забрус, маточне молочко, мерва, отруту бджолину, підмор, пергу, пилок квітковий, прополіс та трутневий гомогенат. Продукція бджільництва широко використовується у понад 40 галузях промисловості, а також у медицині, та фармакології [19].

Безумовно, головною продукцією бджільництва є мед. Мед - це продукт переробки медоносними бджолами нектару, що представляє собою солодку

ароматичну рідину або закристалізовану масу.

Проаналізуємо фактори, які здатні негативно впливати на показники якості та безпечності бджолиного меду (рис. 2.6).

Деякі науковці стверджують, що дві глобальні проблеми екології впливають безпосередньо на бджільництво та якість бджолопродуктів: потепління клімату та зміна умов існування бджіл внаслідок антропогенного впливу. Провідну роль на життєдіяльність бджіл, виробництво та якість меду відіграють антропогенні чинники, які можуть бути як позитивними, так і негативними. Серед позитивних факторів, можна відзначити збільшення рослинності для поліпшення кормової бази та підвищення продуктивності медоносних бджіл. До того ж, необхідно враховувати зміни клімату в контексті їх впливу на показники якості меду, потрібна систематизація результатів досліджень і формування бази даних. Це, в свою чергу, дасть змогу оцінити актуальність та відповідність норм показників якості, що закріплені у національних нормативно-правових документах, які регламентують якість продуктів бджільництва [20].



Рисунок 2.6 – Фактори, що впливають на показники життєдіяльності бджіл

В таблиці 2.1 наведено нормативні акти, що регулюють ринок меду в Україні (побудовано за даними [22]).

Таблиця 2.1 – Нормативне регулювання ринку меду в Україні

№ п/п	Назва та реквізити регулюючого акту	Що регулює
1	Закон України «Про бджільництво» від 22.02.2000 № 1492-III	Відносини щодо розведення, використання та охорони бджіл, виробництва, заготівлі та переробки продуктів бджільництва, ефективного використання бджіл для запилення ентомофільних рослин сільськогосподарського призначення, інших видів запилювальної флори, створення умов для підвищення продуктивності бджіл і сільськогосподарських культур, забезпечення гарантій дотримання прав та захисту інтересів фізичних і юридичних осіб, які займаються бджільництвом.
2	Закон України «Про захист рослин» від 14.10.1998 № 180-XIV	Правовідносини, пов'язані із захистом рослин сільськогосподарського та іншого призначення, багаторічних і лісових насаджень, дерев, чагарників, рослинності закритого ґрунту, продукції рослинного походження від шкідників, хвороб та бур'янів, визначає права і обов'язки підприємств, установ, організацій усіх форм власності та громадян, повноваження органів виконавчої влади і посадових осіб у цій сфері.
3	Закон України «Про ветеринарну медицину» від 25.06.1992 № 2499-XII	Охорона території України від занесення хвороб тварин з території інших держав або карантинних зон та захисту населення від хвороб, спільних для тварин і людей, а також недопущення наявності залишкових кількостей ветеринарних препаратів та забруднюючих речовин у продуктах тваринного походження і кормах
4	Закон України «Про племінну справу у тваринництві» від 15.12.1993 № 3691- XI	Визначає загальні правові, економічні та організаційні основи племінної справи у тваринництві, спрямовані на поліпшення племінних і продуктивних якостей тварин, підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності галузі

Продовження таблиці 2.1

№ п/п	Назва та реквізити регулюючого акту	Що регулює
5	Закон України «Про тваринний світ» від 13.12.2001 №2894-III	Здійснення заходів щодо охорони, науково обґрунтованого, невиснажливого використання і відтворення тваринного світу
6	Закон України «Про рослинний світ» від 9.04.1999 № 591-XIV	Суспільні відносини у сфері охорони, використання та відтворення дикорослих та інших несільськогосподарського призначення судинних рослин, мохоподібних, водоростей, лишайників, а також грибів, їх угруповань і місцезростань
7	Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 23.12.1997 № 771/97-ВР	Відносини між органами виконавчої влади, операторами ринку харчових продуктів та споживачами харчових продуктів і визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в обігу, ввозяться (пересилаються) на митну територію України та/або вивозяться(пересилаються) з неї.
8	Закон України «Про пестициди та агрохімікати» від 02.03.1995 № 86/95-ВР	Правові відносини, пов'язані з державною реєстрацією, виробництвом, закупівлею, транспортуванням, зберіганням, торгівлею та безпечним для здоров'я людини і навколишнього природного середовища застосуванням пестицидів і агрохімікатів, визначає права і обов'язки підприємств, установ, організацій та громадян, а також повноваження органів виконавчої влади і посадових осіб у цій сфері
9	Закон України «Про лікарські засоби» від 04.04.1996 № 123/96-ВР	Правовідносини, пов'язані зі створенням, реєстрацією, виробництвом, контролем якості та реалізацією лікарських засобів, визначає права та обов'язки підприємств, установ, організацій і громадян, а також повноваження у цій сфері органів виконавчої влади і посадових осіб
10	Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII	Відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів

Продовження таблиці 2.1

№ п/п	Назва та реквізити регулюючого акту	Що регулює
11	ДСТУ 2154:2003 Бджільництво. Терміни та визначення понять: затв. Наказом Держспоживстандарту України від 7 квітня 2003 р. № 55	Визначення термінів та понять
12	ДСТУ 4497:2005 Мед натуральний. Технічні умови: затв. наказом Держспоживстандарту України від 28 грудня 2005 р. № 379	Технічні умови щодо меду натурального
13	Наказ Міністерства екології та природних ресурсів України «Про затвердження Правил використання диких тварин з метою отримання продуктів їх життєдіяльності» від 26.09.2011 № 337	Механізм використання диких тварин з метою отримання продуктів їх життєдіяльності в порядку спеціального використання диких тварин (крім мисливських видів, водних біоресурсів), які мешкають у природних умовах на території України.
14	Наказ Міністерства сільського господарства і продовольства України «Про затвердження Ветеринарносанітарних правил для ринків» від 04.06.1996 № 23	Посилення санітарного стану ринків, контролю за якістю продукції та дотримання правил торгівлі
15	Наказ Мінекономіки, європ. інтеграції «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами» від 11.07.2003 № 185	Правила торгівлі медом, як продовольчим товаром
16	Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України»	Визначає основи державної політики у бюджетній, кредитній, ціновій, регуляторній сферах щодо стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції та розвитку аграрного ринку, забезпечення продовольчої безпеки населення

Продовження таблиці 2.1

№ п/п	Назва та реквізити регулюючого акту	Що регулює
17	Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 15.01.2015 №124-VIII	Визначає правові та організаційні засади розроблення, прийняття та застосування технічних регламентів і передбачених ними процедур оцінки відповідності, а також здійснення добровільної оцінки відповідності
18	Наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження нормативно-правових актів з питань розвитку бджільництва» від 20.09.2000 № 184/82	Порядок видачі ветеринарносанітарного паспорта пасіки, План породного районування бджіл
19	Порядок реєстрації пасік від 20.09.2000 №184/82	Установлює вимоги до проведення реєстрації пасік усіх форм власності
20	Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України «Про деякі питання у сфері бджільництва» від 19.02.2021 № 338	Затвердити: План породного районування бджіл; Порядок видачі ветеринарно-санітарного паспорта пасіки; Порядок реєстрації пасіки; Інструкцію з профілактики та встановлення факту отруєння бджіл засобами захисту рослин
21	Наказ України «Про затвердження Інструкції щодо попередження та ліквідації хвороб та отруєнь бджіл» від 30.01.2001 № 9	Інструкція щодо попередження та ліквідації хвороб та отруєнь бджіл
22	Наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження технічних вимог до проведення селекційноплемінної роботи в галузі бджільництва, проведення атестації пасік і видачі племінних свідоцтв (сертифікатів) від 20.09.2000 № 184/83	Єдині підходи до проведення селекційно-племінної роботи в галузі бджільництва

Кінець таблиці 2.1

№ п/п	Назва та реквізити регулюючого акту	Що регулює
23	Наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження Порядку використання коштів державного бюджету, передбачених для доплат сільськогосподарським товаровиробникам усіх організаційно-правових форм господарювання за наявні бджолосім'ї» від 10.03.2004 № 71/198	Механізм використання коштів державного бюджету у частині виплати доплат сільськогосподарським товаровиробникам усіх організаційно-правових форм господарювання за наявні бджолосім'ї
24	Державний реєстр пестицидів і агрохімікатів, дозволених до використання в Україні від 21.11.2007 № 1328	Перелік пестицидів і агрохімікатів, дозволених для використання

На рисунку 2.7 наведена класифікація меду відповідно до вимог європейського законодавства. При цьому визначення «мед» може мати лише той продукт, що відповідає усім вимогам якості та безпечності. Ці вимоги відрізняються від українського ДСТУ 4497:2005 «Мед натуральний. Технічні умови». Вимоги ЄС до меду зафіксовані у Директиві Ради №2001/110/ЄС. Директива встановлює європейські вимоги до стандартів якості та маркування меду [21].

Європейські вимоги до меду будуть імплементовані в українське законодавство шляхом прийняття Наказу Мінагрополітики та будуть обов'язковими для виконання (на відміну від ДСТУ, який є добровільним). Прийнятий Наказ Мінагрополітики встановлюватиме вимоги щодо термінології, маркування, основних характеристик продукту, які передбачають встановлення класифікації за походженням та способом виробництва, а також основні критерії складу меду, за якими його ідентифікують. Наразі Наказ знаходиться в стадії узгодження [21].

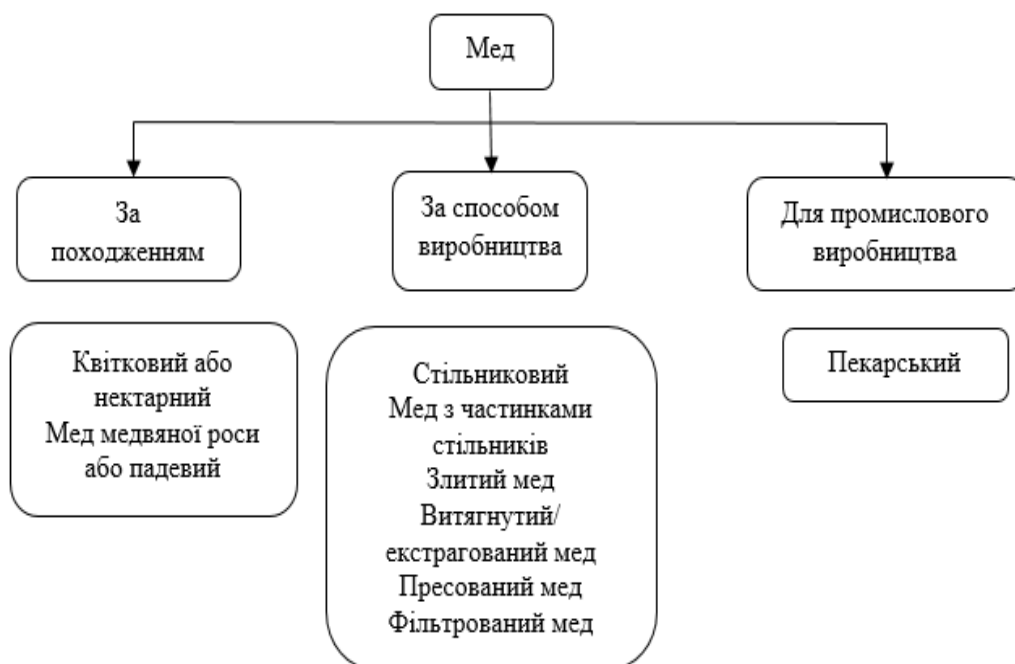


Рисунок 2.7 – Класифікація меду відповідно до вимог європейського законодавства

Бджільництво – важлива складова аграрної галузі України. Ринок меду має особливий інтерес для економіки нашої країни, адже вона є провідним гравцем на європейському ринку. Український мед користується стабільним попитом і традиційно з роками нарощує свій потенціал.

В 2005 році виробництво меду в Україні становило 71,5 тис.т і до 2022 року лише раз у 2016 році склало менше 60 тис.тон (дивись рис. 2.8 та табл. 2.2). В цілому в Україні зростає виробництво меду, в 2022 році – 105 тис.т. Понад 90% продукту виробляють господарства населення [23].

Найбільший медозбір забезпечують регіони, які традиційно мають великі посівні площі під соняшником, адже саме на соняшниковий мед припадає найбільша частка виробництва цього солодкого продукту. Через війну частина територій нашої держави зараз знаходиться під постійними обстрілами, частина територій під окупацією країни-агресора, у тім українські бджолярі максимально вкладають сили у «медову справу».

З початком війни саме ті області України, де найбільш розвинуте бджільництво, зазнали шкоди через бойові дії або ж потрапили під тимчасову

окупацію - Харківська, Сумська, Луганська, Донецька, Миколаївська, Херсонська, Запорізька. Кочівні пасіки стикнулися з проблемами через складнощі пересування всередині країни, комендантську годину, тощо. На рисунку 2.9 наведено виробництво меду та наявність бджолосімей станом на 1.07.2023 року.

За оцінками фахівців компанії «Знатний Мед», цього року буде зібрано на 30% менше меду. Є проблеми і з медозбором через те, що у деяких областях заборонено перебувати у лісі, тому території, куди можна було кочувати з пасіками, обмежено. Також для аграріїв цього року соняшник не був пріоритетною культурою. За прогнозом віцепрезидента Спілки пасічників України Дениса Солдатова, у 2023 році пасічники недоберуть 30% соняшникового меду [24].

Науковці також зазначають, що за наявної в Україні кількості бджолосімей вирощується дуже малий відсоток рослин-медоносів. Водночас для того, щоб реалізувати сільськогосподарський потенціал нашої країни, в Україні не вистачає близько 6 млн бджолосімей [24].

В Україні зросло споживання меду на 1 особу до понад 1 кг. Звичайно, це менше від норми в 2,5 кг, але вже непоганий показник порівняно з іншими країнами [24].

Щодо експорту меду, то у 2006-2010 роках він був невеликий – від 3 до 7 тисяч тонн на рік. З 2011 року він почав зростати – так, наприклад, у 2014-2015 роках він уже становив понад 36 тис. тонн, у 2016 – понад 57 тис. тонн.

Найуспішнішим для експортерів був 2020 рік, коли експортували 81,1 тис. тонн меду [25]. (рис. 2.10 та табл. 2.3). Також суттєво зросла і кількість самих експортерів – якщо у 2006 році їх було 2-3 компанії, то сьогодні – понад 70 компаній. До речі, в інших країнах немає такої великої кількості компаній, які займаються експортом меду як в Україні. Наприклад, в Аргентині, яка входить до ТОП-3 світових експортерів меду, лише 15 фірм-експортерів.

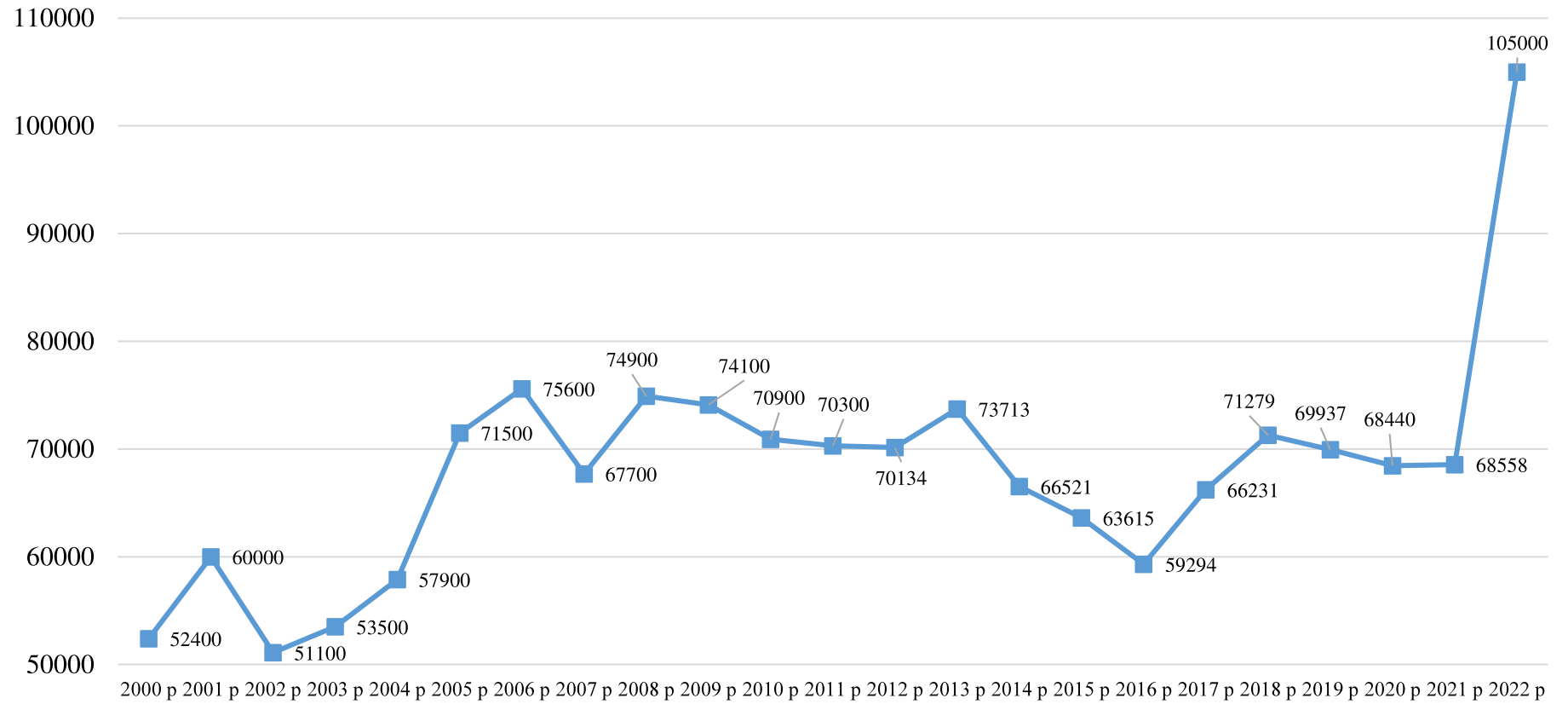


Рисунок 2.8 – Виробництво меду в Україні, т

Таблиця 2.2 – Зміни виробництва меду в Україні, т

Найменування продукції	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Мед	52400	60000	51100	53500	57900	71500	75600	67700	74900	74100	70900	70300	70134	73713	66521	63615	59294	66231	71279	69937	68440	68558	105000
$\Delta^i, \%$		15	-15	5	8	23	6	-10	11	-1	-4	-1	0	5	-10	-4	-7	12	8	-2	-2	0	53

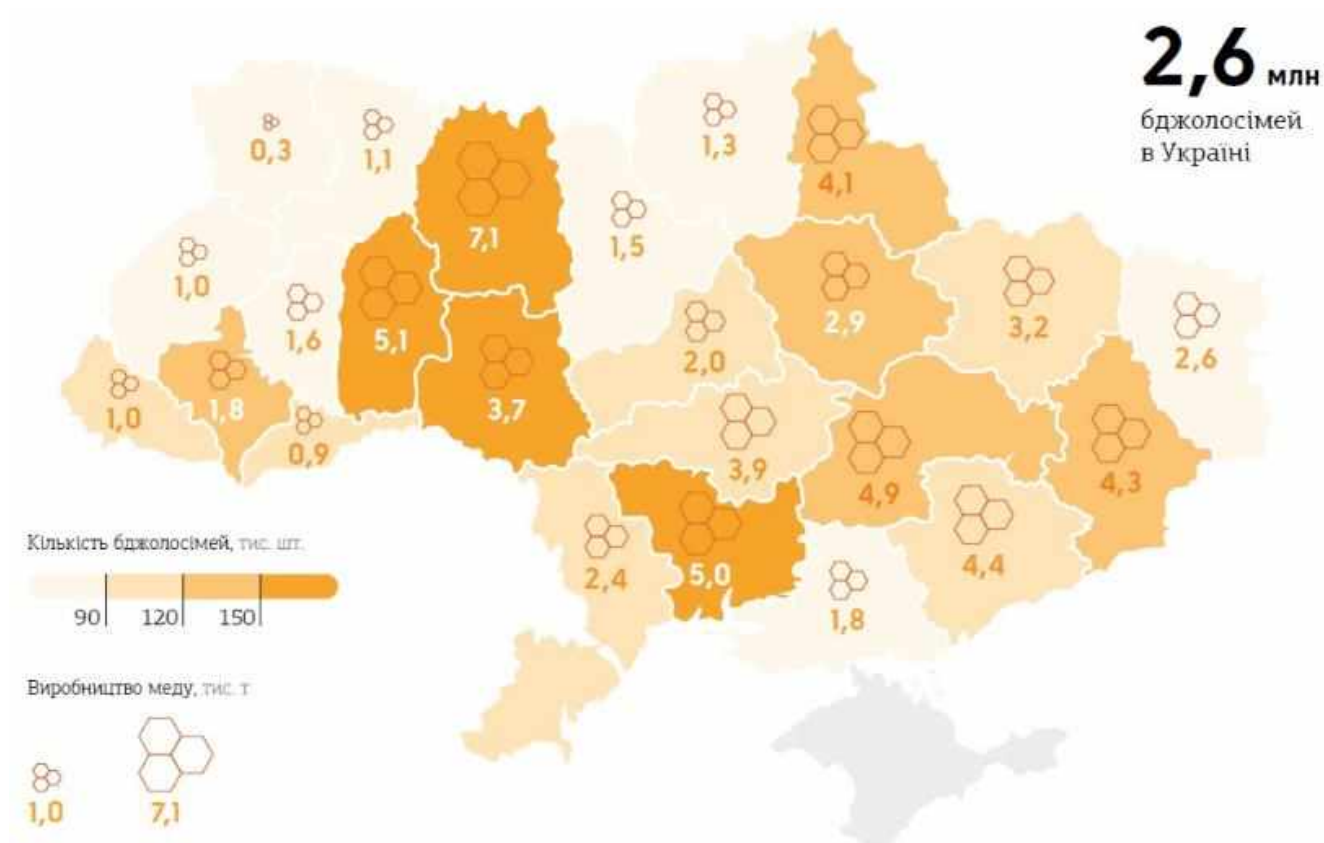


Рисунок 2.9 – Виробництво меду та наявність бджолосімей [37]

На рисунках 2.11 та 2.12 наведенні країни в які Україна здійснювала експорт у 2011 та 2022 роках.

Найбільше меду вітчизняні аграрії експортують до країн ЄС, при цьому найбільші обсяги експорту до Німеччини (27,13%) та Польщі (18,45%). До десятки найбільших країн, куди експортується український мед, входять США.

Показово, що квоти на безмитне постачання українського меду до ЄС обираються майже миттєво – у 2018 році квота становила 5,4 тис. тонн та була обрана за перші 11 днів січня. У 2019 році квота становила 5,2 тис. тонн і була обрана до 10 січня 2019 р. У 2022 році квота становила 6,2 тис.т і була обрана до 4 січня 2022 року (рис. 2.13). Тарифна квота не означає, що після її вичерпання не можна експортувати продукцію. При перевищенні обсягу застосовується ставка ввізного мита ЄС - 17,3%. Хоча, судячи зі статистики, ситуація з квотами не зупиняє бажання пасічників продавати мед на зовнішні ринки. Українські бджолярі готові продавати солодку продукцію навіть сплачуючи ввізне мито.

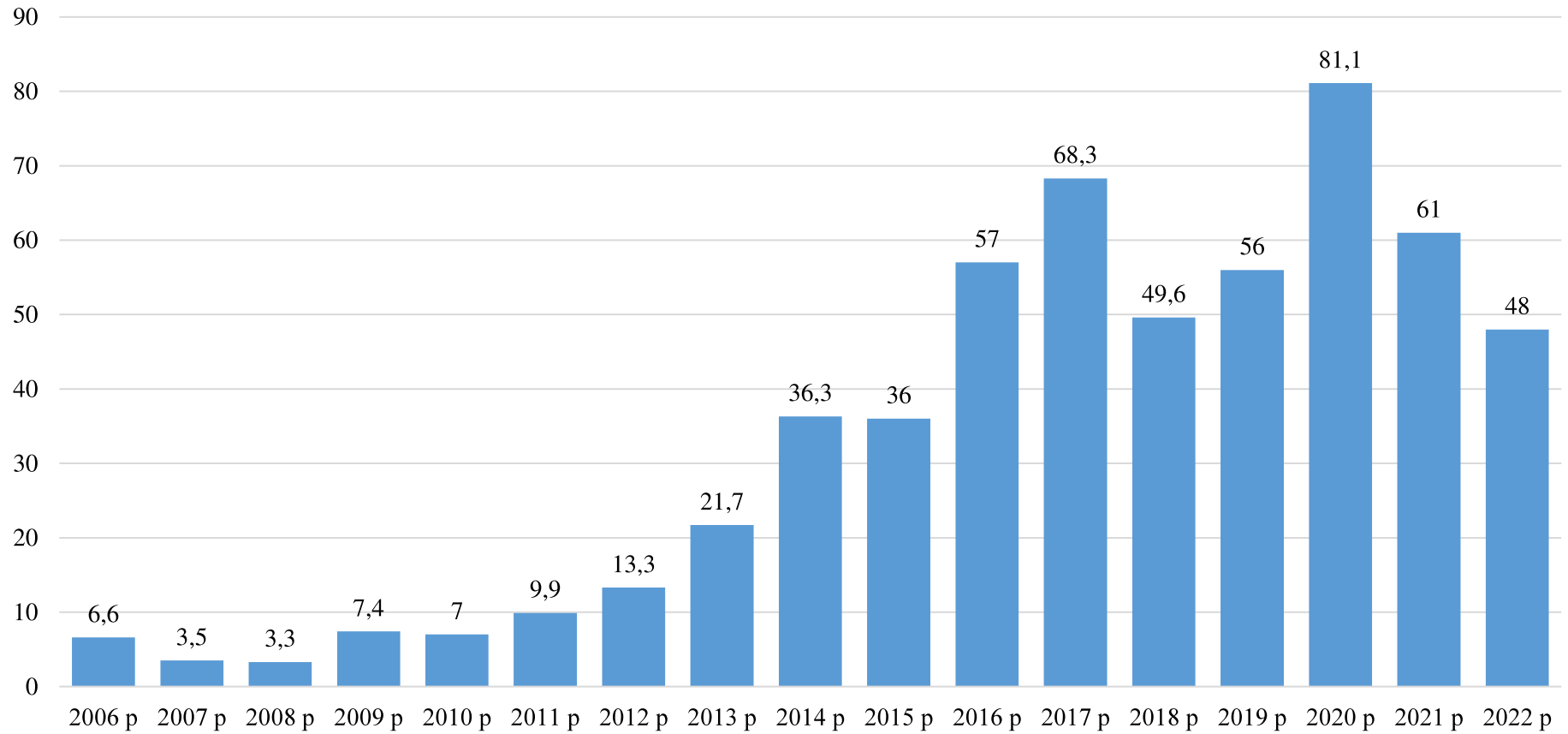


Рисунок 2.10 – Експорт меду з України, тис.т

Таблиця 2.3 – Зміни експорту меду з України, тис.т

Найменування продукції	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Мед	6,6	3,5	3,3	7,4	7	9,9	13,3	21,7	36,3	36	57	68,3	49,6	56	81,1	61	48
$\Delta^л, \%$		-47	-6	124	-5	41	34	63	67	-1	58	20	-27	13	45	-25	-21

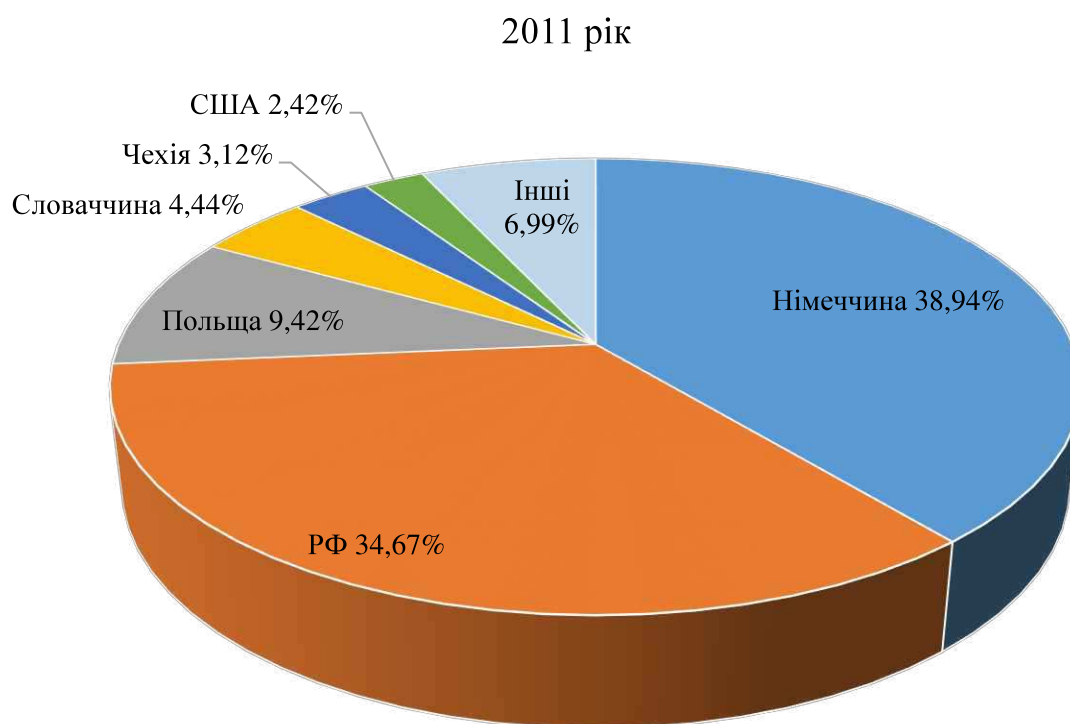


Рисунок 2.11 – Країни-імпортери українського меду у 2011 році, %

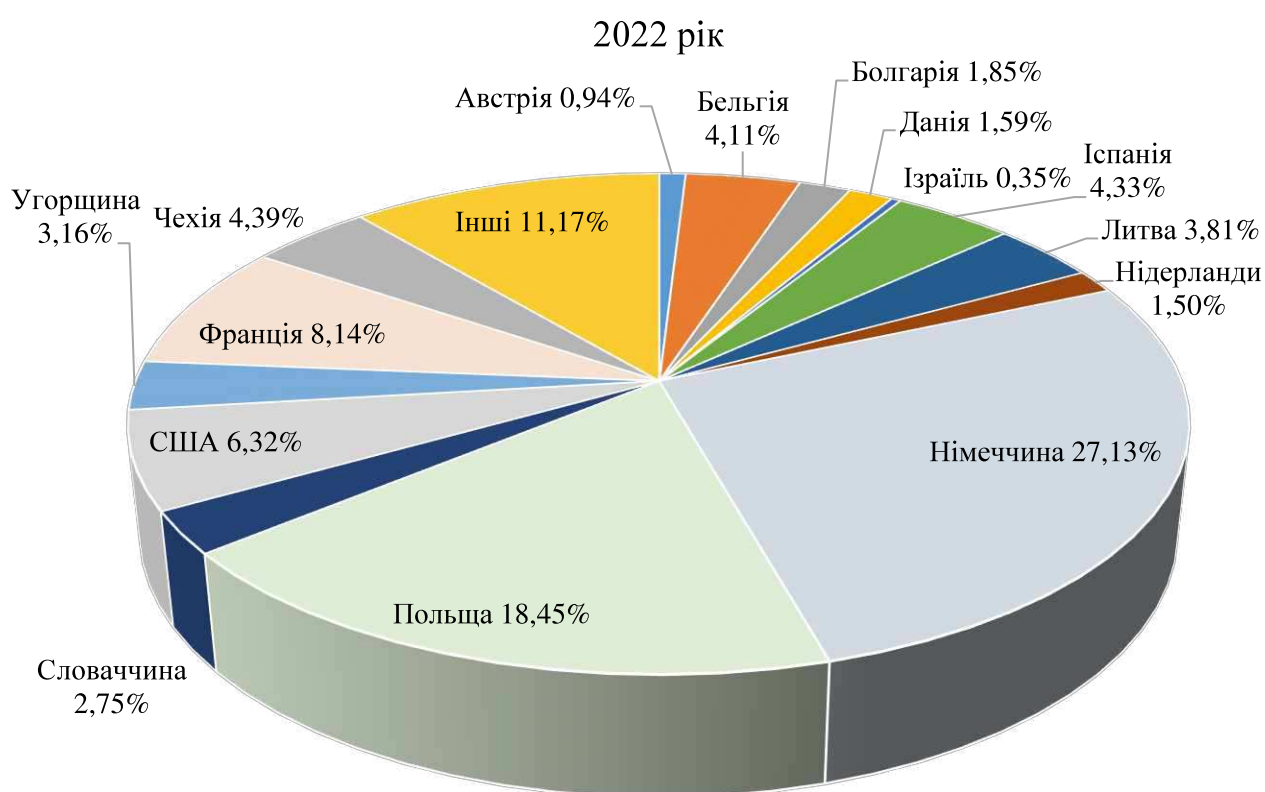


Рисунок 2.12 – Країни-імпортери українського меду у 2022 році, %

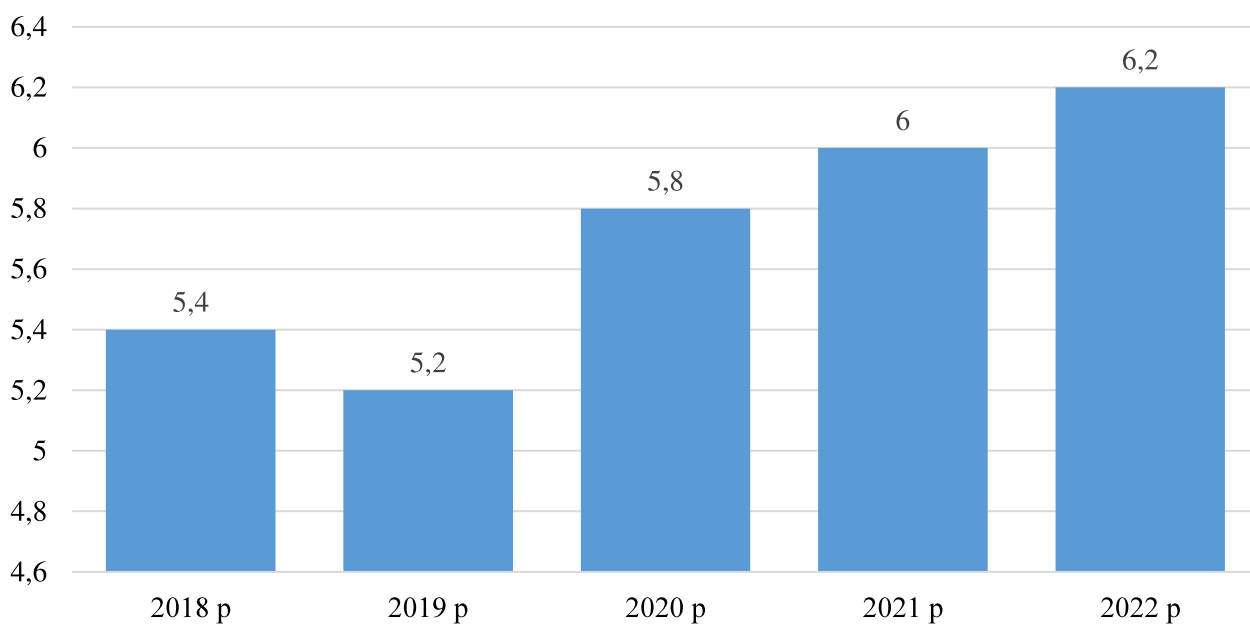


Рисунок 2.13 – Розмір квот на безмитний експорт меду до ЄС, тис.т

Роздрібні ціни на мед в Україні (станом на 04.2022 року) наведено на рисунку 2.14.

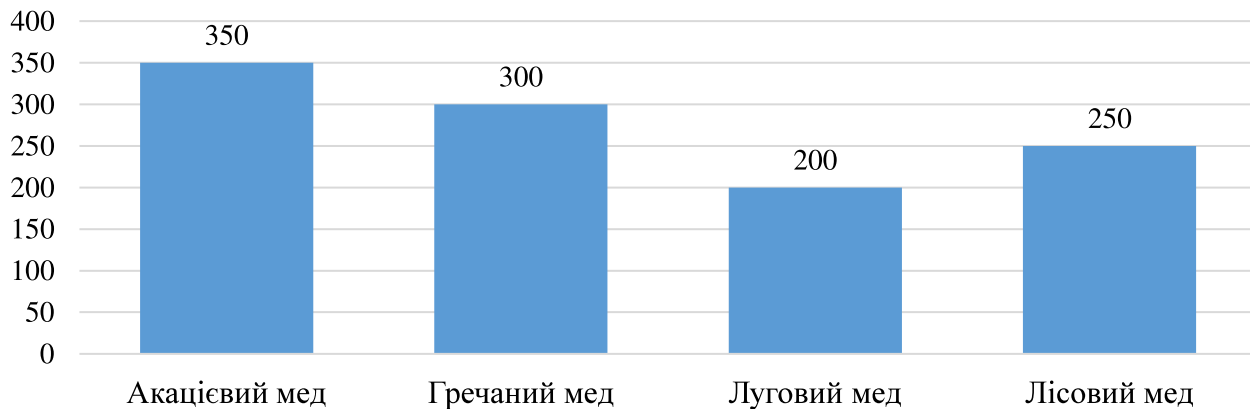


Рисунок 2.14 – Роздрібні ціни на мед в Україні (станом на 04.2022 року), грн/кг

Розглянемо міжнародний ринок меду.

Всього в світі налічується близько 80 млн. бджолосімей, які виробляють приблизно 1,6 млн. т меду. Половина від цієї кількості експортується. Отже, середній медозбір в світі - близько 20 кг/сім'ю. Найбільшим виробником і експортером меду в світі є Китай - медозбір близько 500 тис. т (це дані дворічної давності) [42].

Лідери з виробництва окремих сортів меду: Бразилія і Ефіопія - органічний мед, Корея і Угорщина - мед білої акації, В'єтнам - мангова акація, Україна - соняшниковий мед, Туреччина - падевий мед із сосни, Нова Зеландія – манука [42].

На рисунку 2.15 наведенні найбільші виробники меду у світі. За винятком Туреччини і США, ці ж країни є і основними експортерами меду.

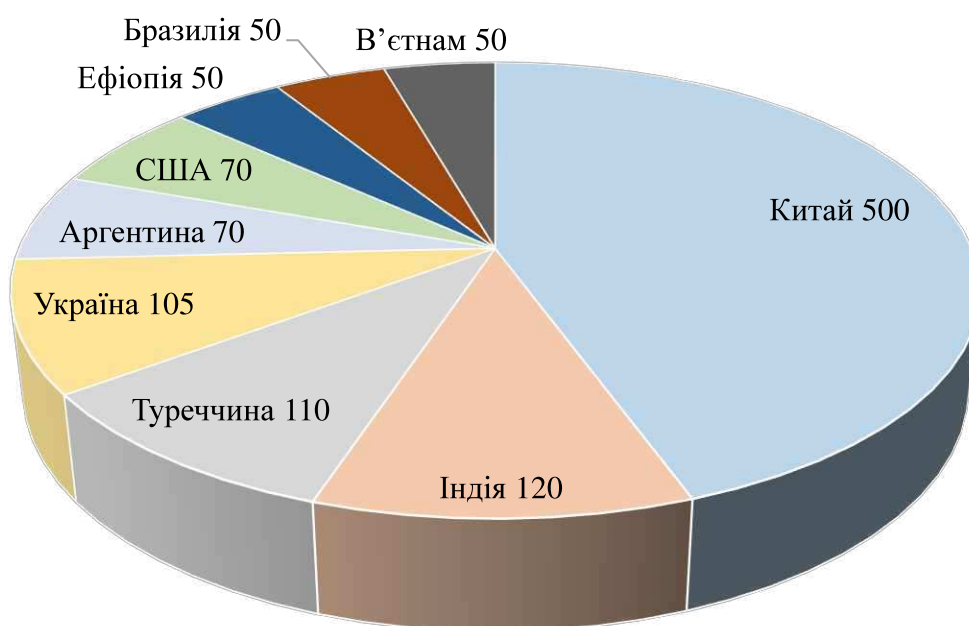


Рисунок 2.15 – Найбільші виробники меду, тис.т.

Останнім часом серед виробників меду найліпшу динаміку має Індія (площа країни - 3,3 млн. км²), Аргентина знизила виробництво меду майже вдвічі за останнє десятиріччя [42].

На рисунку 2.16 наведенні найбільші імпортери меду у світі. Якщо серед виробників меду відбуваються динамічні зміни, то перша трійка імпортерів не міняється протягом десятиріч.

Найбільшим імпортером меду є США. В 2022 році його імпорт досяг показника 300 тис. т і продовжує зростати. Але жодна тонна китайського меду не попадає до США, оскільки США вважають, що мед Китаю - це фальсифікат, і

його імпорт заборонений. За рахунок власного виробництва свої потреби по меду США задовольняють тільки на 25% [42].

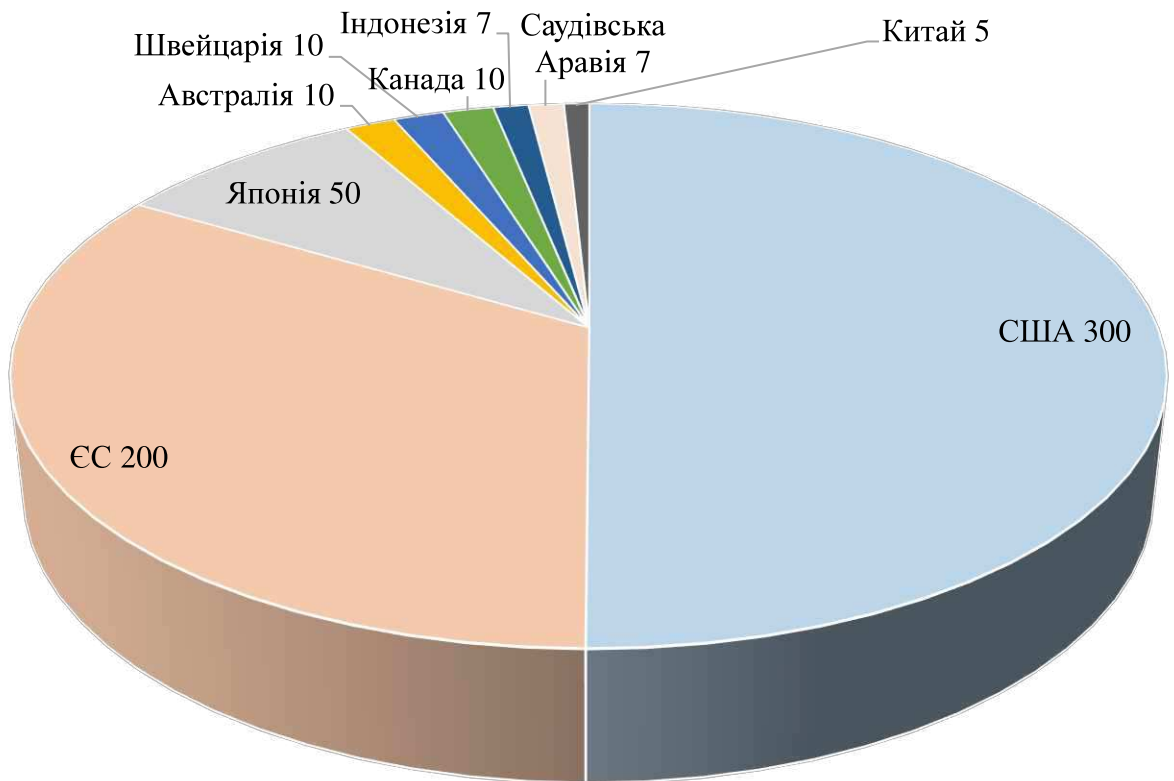


Рисунок 2.16 – Найбільші імпортери меду, тис.т

На міжнародному ринку рівень цін на мед залишається історично найвищим протягом вже тривалого часу. Галузі бджільництва такий рівень цін дуже потрібний, щоб забезпечити глобальне виробництво і постачання продовольства і підтримати екологію [42].

Зростання цін на мед в світі є наслідком тривалої боротьби з фальсифікацією меду на глобальному рівні і антидемпінговими заходами на ринку США. Ці два процеси збільшили стимули для пасічників виробляти автентичний (справжній) мед та установили більш справедливі ціни для виробників меду, що створило стимули для більшого споживання меду і спонукає пасічників виробляти його більше [42].

Останній Конгрес Апімондії (міжнародна федерація бджільницьких об'єднань) відбувся в Стамбулі, замість конгресу в Росії, який був перенесений

через агресію до України, із затримкою через епідемію ковід. Основні дискусії були зосереджені на темі економічної мотивації фальсифікації і підробок меду.

Собівартість меду в США - 4 дол./кг. В умовах, коли мед імпортується до США по нижчій від 4 дол. ціні, виробництво меду стає збитковим для американських пасічників. Якби це стосувалося тільки виробництва меду, США могли би перейти повністю на споживання імпорту. Але в США бджоли відіграють важливу роль в запиленні агрокультур, тому було прийнято рішення про введення антидемпінгового мита на всі сорти імпортного меду, ціна яких нижче 4 дол./кг, щоб підтримати американського пасічника і зберегти бджіл в США [42].

Розмір мита на мед складає: В'єтнам - 60%, Аргентина - 17%, Бразилія - 8%, Індія - 6%. В цьому списку була і Україна, але нас вилучили через обставини, пов'язані з війною, тому в даний час мед з України митом не обкладається. Відразу після появи такого закону виник скандал, оскільки Індія якимось чином уникла більшого мита при ціні свого меду лише 2 дол./кг, в той час як для В'єтнаму розмір мита виявився завеликим. Тому зараз відсоток мита для Індії переглядають у сторону збільшення, а для В'єтнаму – зменшення [42].

США виступають ініціатором змін і нововведень на міжнародному ринку меду протягом останніх п'яти років. Основні теми таких змін: нові методи тестування меду, боротьба з фальсифікацією і перемитненням меду, антидемпінгові мита. Поточна ситуація на ринку меду, зокрема, значний ріст цін на мед - в значній мірі наслідок економічної політики США в цій сфері [42].

Світ охоплений різноманітними кризами. Загрози глобальної нестачі продовольства, продовження і розширення війн, фінансова, продовольча і енергетична кризи, інфляції та величезні державні та корпоративні борги поширилися світом. Ситуація в світі підводить країни до межі конфліктів і економічної кризи. Це стосується і бджільництва. Китай позиціонує себе як найбільшого у світі виробника і експортера меду. Економічна та екологічна криза, а також криза, пов'язана з фальсифікацією меду в Китаї, матиме великий вплив на міжнародний ринок меду [42].

В Китаї запроваджена так звана гумова технологія виробництва меду, продукт якої важко назвати медом. Китай останнім часом експортує не лише такий «мед», але і саму технологію, зокрема, в Індію і В'єтнам. Китай також намагається закуповувати фасувальні заводи меду по всьому світу. Подібна агресивна активність на ринку меду не дуже сприяє світовому бджільництву. Апімондія і американська фармакопея (збірник загальнодержавних стандартів та положень, що нормують якість) кинули виклик глобальним фальсифікаціям меду, запровадивши в життя нові методи тестування меду [42].

Розслідування ЄС показало, що майже половина меду, імпортованого до ЄС, може бути «фальсифікованою», а близько 60% - з домішками сторонніх цукрів [41]. Це зовсім не означає, що в банку поміщено 100% фальсифікат або 100% не натуральний продукт. Там може бути від 10 до 60% домішано дешевих цукрових сиропів до натурального меду.

У рамках щорічних конгресів Міжнародної організації бджільницьких асоціацій APIMONDIA, що об'єднують науковців, фахівців і бджолярів з різних країн світу, аналізуються питання якості та безпеки натурального меду, в тому числі пропонуються сучасні методи виявлення та боротьби з фальсифікацією продуктів бджільництва. Результати досліджень якісного складу меду в акредитованих лабораторіях, а також статистичні дані торговельних операторів меду свідчать, що проблема харчового шахрайства з медом поширена у глобальному масштабі [32, 33, 34].

Мед посідає третє місце за кількістю фальсифікацій у світі – після молока й оливкової олії [29].

Україна фактично отримала можливість конкурентного експорту меду до ЄС, якщо порівнювати з довоєнним режимом квотованих поставок. Це дозволить українській медовій галузі охопити більшу аудиторію покупців по всій території Євросоюзу, підвищити пізнаваність своїх брендів, та збільшити валютну виручку. Незалежно від подальшої європейської торгової політики стосовно України, є гарні шанси експортувати збір 2023 року. Так як мед збирається влітку, в цьому сезоні українські експортери мають встигнути наростити поставки до ЄС

меду врожаю 2023 року, поки союз не ввів нові обмеження. Споживання в Європі росте, так як в ЄС через війну в Україні прибули мільйони українців, не враховуючи мігрантів з інших країн. Через це найбільший для українського експортера ринок збуту меду продовжуватиме рости, що дає галузі довгострокову перспективу. Українські експортери продовжують шукати нові шляхи і схеми для постачання меду, тому можна допускати появу в майбутньому оптимізованих та більш вигідних ланцюжків поставок [26].

Слід враховувати, що за час війни в українському бджолярстві дуже виросла залежність від компонентів, необхідних для виробництва. Додалися додаткові ризики - інфляція, курсова різниця, здорожчання логістики, неможливість застрахувати медовий бізнес - все збільшує собівартість виробництва. Крім того, подорожчала і сировина для виробництва тари для розфасовки меду - скло, картон, папір, фарба. Доступність деяких товарів знизилась через знищення російськими загарбниками українських промислових підприємств, наприклад, Рубіжанський картонно-тарний комбінат в Луганській області або скляна фабрика біля Києва, котра не працює вже майже півтора року. Також в країні існує дефіцит пакувальних матеріалів, які вироблялись переважно на окупованих нині територіях, що також ускладнює роботу для бізнесу, в числі яких і виробники меду [26].

Наприклад, у червні 2023 року експорт меду з України становив 3,7 тис. т, що на 30% менше, ніж в травні. Виручка від українського експорту меду у червні становила \$8 млн (-\$3,3 млн до показнику травня). Основними країнами-імпортерами українського меду у червні 2023 року були Німеччина, Іспанія та Польща. За перші шість місяців 2023 року Україна експортувала 24,7 тис. т меду на \$60 млн. Середня ціна реалізації - \$2,4 за 1 кг, що на 18% менше, ніж у відповідному періоді попереднього 2022 року. Середня ціна експорту суттєво знизилась у квітні та травні 2023 року (з \$2,65 за 1 кг протягом першого кварталу до \$2,13 за кг у травні). У червні ціна була майже незмінною порівняно з травнем [41].

Однозначно відбувається рух до розвитку культури споживання меду, кращого розуміння цього продукту споживачем. Ніде у світі, принаймні в Європі, мед не коштує так дешево, як в Україні, і не є настільки недооціненим продуктом [39]. Споживачі, особливо в країнах із середнім і високим доходом, все більше зацікавлені в різноманітності харчування і шукають більш корисні альтернативи цукру.

Тенденція зростання споживчого попиту на український мед на зовнішніх ринках дозволяє зробити висновок відносно подальших значних перспектив України на світовому ринку меду і продуктів бджільництва [23].

2.3 Аналіз показників діяльності ТОВ «Сан Бі Україна»

Джерелом первинної інформації стали Форма 1 «Баланс підприємства» та Форма 2 «Звіт про фінансові результати» [17]. В таблиці 2.4 наведені данні з балансів ф1, які використовувалися задля формування таблиць 2.5 та 2.6.

Таблиця 2.4 – Вихідні данні балансу підприємства ТОВ «Сан Бі Україна»

Найменування показника	Код рядка	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Необоротні активи	1095	977	1600	936	229
Δ^l			623	-664	-707
T_r^l			163,73	58,52	24,49
$T_{пр}^l$			63,73	-41,48	-75,51
Готова продукція	1103	236	1854	3000	2403
Δ^l			1618	1146	-598
T_r^l			785,09	161,85	80,08
$T_{пр}^l$			685,09	61,85	-19,92
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	14823	6193	4545	7059
Δ^l	-		-8630	-1648	2515
T_r^l	-		41,78	73,39	155,33
$T_{пр}^l$	-		-58,22	-26,61	55,33

Дебіторська заборгованість за розрахунками: з бюджетом	1135	243	448	420	22
$\Delta^л$			205	-28	-398
$T^л_p$			184,36	93,71	5,29
$T^л_{пр}$			84,36	-6,29	-94,71
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4067,50	9397,40	9791,60	9761,40
$\Delta^л$			5329,9	394,2	-30,2
$T^л_p$			231,04	104,19	99,69
$T^л_{пр}$			131,04	4,19	-0,31
Гроші та їх еквіваленти	1165	184,7	1511,6	13,1	20,1
$\Delta^л$	-		1326,9	-1498,5	7
$T^л_p$	-		818,41	0,87	153,44
$T^л_{пр}$	-		718,41	-99,13	53,44
Оборотні активи усього за розділом	1195	21966,70	23188,70	20172,30	19568,90
$\Delta^л$	-		1222	-3016,4	-603,4
$T^л_p$	-		105,56	86,99	97,01
$T^л_{пр}$	-		5,56	-13,01	-2,99
Активи баланс	1300	22943,90	24788,70	21108,60	19798,20
$\Delta^л$			1844,8	-3680,1	-1310,4
$T^л_p$			108,04	85,15	93,79
$T^л_{пр}$			8,04	-14,85	-6,21
Нерозподілений прибуток	1420	20931,60	20946,70	23240,70	21674,50
$\Delta^л$			15,1	2294	-1566,2
$T^л_p$			100,07	110,95	93,26
$T^л_{пр}$			0,07	10,95	-6,74
Власний капітал усього за розділом	1495	18221,60	18236,70	20530,70	18964,50
$\Delta^л$			15,1	2294	-1566,2
$T^л_p$			100,08	112,58	92,37
$T^л_{пр}$			0,08	12,58	-7,63
Поточні зобов'язання і забезпечення усього за розділом	1695	41165,50	14869,60	13483,50	10606,90
$\Delta^л$	-		-26295,9	-1386,1	-2876,6
$T^л_p$	-		36,12	90,68	78,67
$T^л_{пр}$			-63,88	-9,32	-21,33

Таблиця 2.5 – Аналіз фінансових показників діяльності підприємства ТОВ «Сан Бі Україна»

Найменування показника	Розрахунок	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Відношення власного оборотного капіталу до суми активів	$\Phi.1.(1495+1500+1510+1515-1695-1095) / \Phi.1.1300$	-1,0426	0,0713	0,2895	0,4106
Δ^L			1,1139	0,2182	0,1211
T_p^L			-6,84	406,11	141,82
$T_{пр}^L$			-106,84	306,11	41,82
Відношення нерозподіленого прибутку до суми активів	$\Phi.1.1420 / \Phi.1.1300$	0,9123	0,8450	1,1010	1,0948
Δ^L			-0,0673	0,2560	-0,0062
T_p^L			92,62	130,30	99,43
$T_{пр}^L$			-7,38	30,30	-0,57
Відношення прибутку до сплати відсотків і податків (валового) до суми активів	$\Phi.2.2290 / \Phi.1.1300$	0,0087	0,0026	-0,1087	0,0791
Δ^L			-0,0060	-0,1113	0,1878
T_p^L			30,53	-4112,88	-72,79
$T_{пр}^L$			-69,47	-4212,88	-172,79
Відношення ринкової вартості власного капіталу до суми залучених коштів	$\Phi.1. 1495(+/-(\Delta)) / \Phi.1.\sum(1500+1510+1515+1695)$	0,4426	1,2264	1,5227	1,7879
Δ^L			0,7838	0,2962	0,2653
T_p^L			277,07	124,15	117,42
$T_{пр}^L$			177,07	24,15	17,42

Кінець таблиці 2.5

Найменування показника	Розрахунок	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Відношення виручки від реалізації до суми активів	$\Phi.2.2000 / \Phi.1.1300$	2,1536	0,7332	0,1759	0,1576
Δ^L			-1,4203	-0,5573	-0,0183
T_r^L			34,05	23,99	89,62
T_{pr}^L			-65,95	-76,01	-10,38
Відношення оборотного капіталу до суми активів	$\Phi.1.1195 / \Phi.1.1300$	0,9574	0,9355	0,9556	0,9884
Δ^L			-0,0220	0,0202	0,0328
T_r^L			97,71	102,16	103,43
T_{pr}^L			-2,29	2,16	3,43
Відношення оборотних активів до суми поточних зобов'язань	$\Phi.1.1195 / \Phi.1.1695$	0,5336	1,5595	1,4961	1,8449
Δ^L		1,0259	-0,0634	0,3488	1,0259
T_r^L		292,24	95,93	123,32	292,24
T_{pr}^L		192,24	-4,07	23,32	192,24
Відношення чистого прибутку до власного капіталу	$\Phi.2.2350(2355) / \Phi.1.1495$	0,0047	-0,0008	-0,1117	0,0826
Δ^L			-0,0056	-0,1109	0,1943
T_r^L			-17,44	13494,57	-73,91
T_{pr}^L			-117,44	13394,57	-173,91
Відношення чистого прибутку до операційних витрат	$\Phi.2.2350(2355) / \Phi.1.1095$	0,0885	-0,0094	-2,4501	6,8304
Δ^L			-0,0980	-2,4406	9,2804
T_r^L			-10,66	25961,00	-278,78
T_{pr}^L			-110,66	25861,00	-378,78

Відношення нерозподіленого прибутку до суми активів коливається в межах 0,85-1,1 протягом 2019-2022 рр. Відношення валового прибутку до суми активів дуже низьке, а у 2021 році менше 0, це сталося за рахунок отримання підприємством збитків в цьому році. Відношення ринкової вартості власного капіталу до суми залучених коштів зростає протягом досліджуваного періоду - було мінімальним у 2019 році (0,44) та зросло до 1,79 в 2022 році. Відношення виручки від реалізації до суми активів поступово знижується з 2019 року (2,15) до 0,16 у 2022 році, що є найменшим показником за розглянутий період. Відношення оборотного капіталу до суми активів майже без змін протягом усього періоду. Відношення оборотних активів до суми поточних зобов'язань у 2019 році було найменше та становило 0,53, у 2022 році найбільше 1,84. Відношення чистого прибутку до власного капіталу та відношення чистого прибутку до операційних витрат на протязі двох років 2020-2021 було менше 0, що сталося за рахунок отриманих збитків у цих роках.

На рисунках 2.17-2.19 та в таблиці 2.6 представлено показники ліквідності ТОВ «Сан Бі Україна» за період 2019-2022 рр.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина короткострокових позикових зобов'язань (боргів) підприємства може бути за необхідності погашена негайно, обчислюється як відношення грошових засобів та їх еквівалентів і поточних фінансових інвестицій до поточних зобов'язань, теоретичне значення - не менше 0,2 – 0,35 [45]. На ТОВ «Сан Бі Україна» цей показник постійно дуже низький, станом на 2022 рік дорівнює 0,002.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та кредиторської заборгованості. Розраховується як відношення найбільш ліквідних оборотних засобів (грошових засобів та їх еквівалентів, поточних фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань підприємства. Бажано, щоб дорівнював 1, але на практиці влаштує значення 0,8

Таблиця 2.6 – Аналіз показників ліквідності підприємства ТОВ «Сан Бі Україна»

Найменування показника	Розрахунок	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\Phi.1 \sum(1160+1165) / \Phi.1.1695$	0,004	0,102	0,001	0,002
$\Delta^л$			0,0972	-0,1007	0,0009
$T_p^л$			2265,71	0,96	195,05
$T_{пр}^л$			2165,71	-99,04	95,05
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\Phi.1 \sum((1120+1125+1135+1130+1140+1145+1155)+(1160+1165)) / \Phi.1.1695$	0,469	1,180	1,095	1,590
$\Delta^л$			0,711	-0,085	0,494
$T_p^л$			251,50	92,81	145,14
$T_{пр}^л$			151,50	-7,19	45,14
Коефіцієнт поточної ліквідності	$(\Phi.1 \sum((1101+1110+1102+1103+1104)+(1120+1125+1135+1130+1140+1145+1155)+(1160+1165))) / \Phi.1.1695$	0,475	1,305	1,318	1,816
$\Delta^л$			0,830	0,013	0,498
$T_p^л$			274,71	100,99	137,82
$T_{пр}^л$			174,71	0,99	37,82

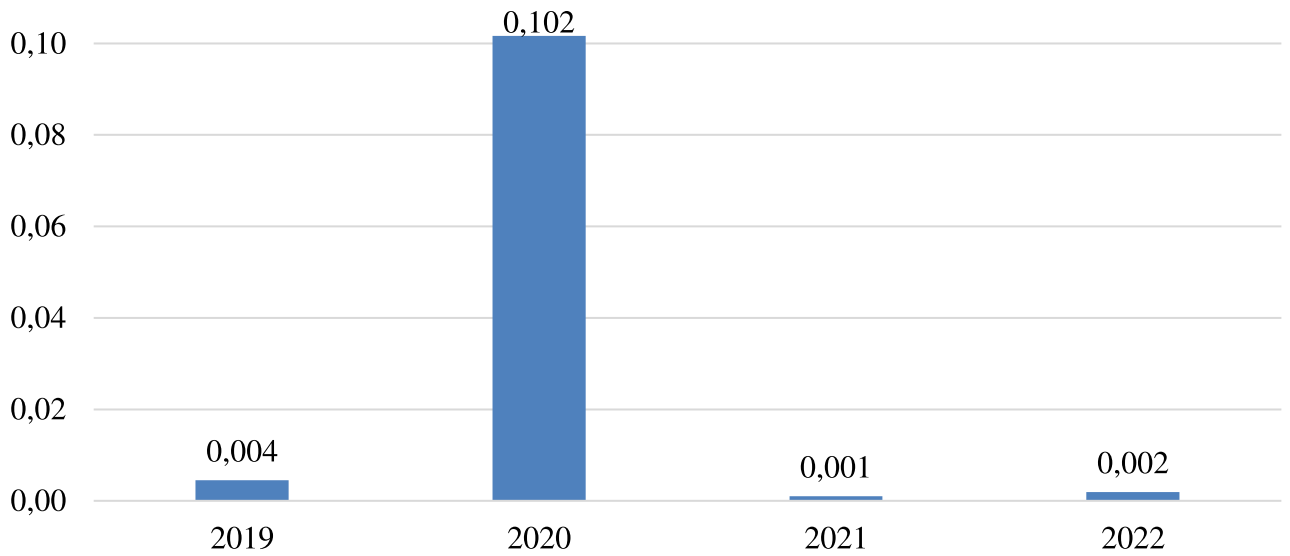


Рисунок 2.17 – Коефіцієнт абсолютної ліквідності ТОВ «Сан Бі Україна»

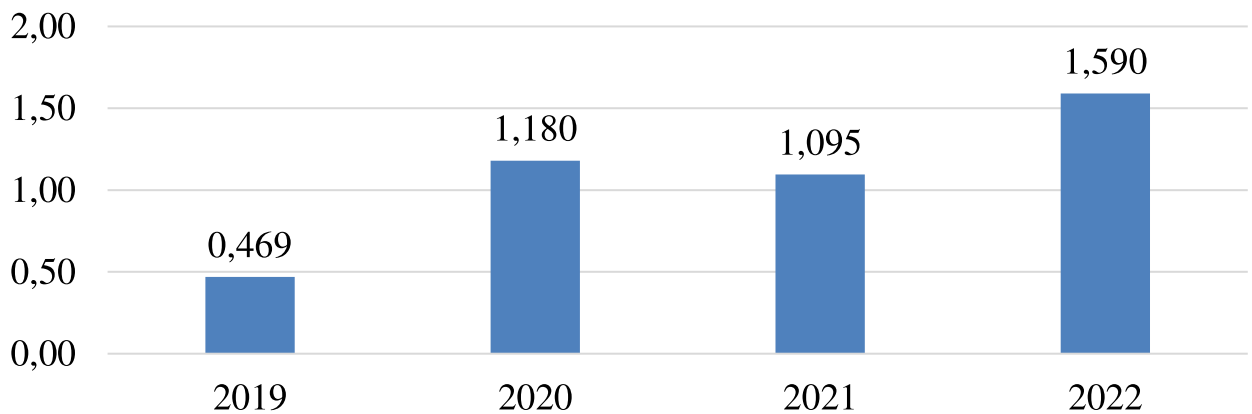


Рисунок 2.18 – Коефіцієнт швидкої ліквідності ТОВ «Сан Бі Україна»

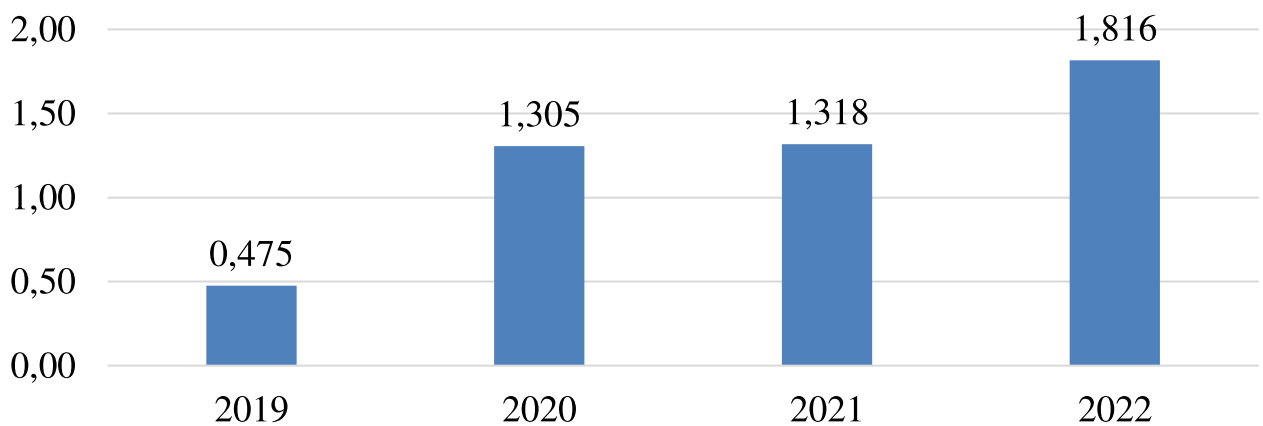


Рисунок 2.19 – Коефіцієнт поточної ліквідності ТОВ «Сан Бі Україна»

– 0,9 [45]. На досліджуваному підприємстві з 2020 року показник вище рекомендованих меж, в 2022 році становить 1,59.

Коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття, коефіцієнт поточної ліквідності) показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити, якщо воно реалізує усі свої оборотні активи, в тому числі і матеріальні запаси, тобто, скільки гривень оборотних коштів приходить на кожну гривню поточних зобов'язань. Коефіцієнт загальної ліквідності розраховується як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства. На ТОВ «Сан Бі Україна» коефіцієнт загальної ліквідності з 2020 році більше 1, значення цього показника є достатні, якщо порівнювати з критичним значенням (1), але якщо порівнювати з теоретичним значенням (2), то тільки у 2022 році цей показник є високим і становить 1,816.

У таблиці 2.7 наведенні показники діяльності ТОВ «Сан Бі Україна» за 2019-2022 рр.

На рисунку 2.20 наведена динаміка чистого доходу підприємства ТОВ «Сан Бі Україна» за 2019-2022 рр. У 2019 році чистий дохід був найбільший і становив 49411,3 тис.грн. Починаючи з цього року показник постійно зменшувався - так у 2020 році зниження становило майже в 3 рази до значення 18176,1 тис.грн, у 2021 році цей показник також зменшився в 5 разів до значення 3713,1 тис.грн. У 2022 році зменшення становило 16%.

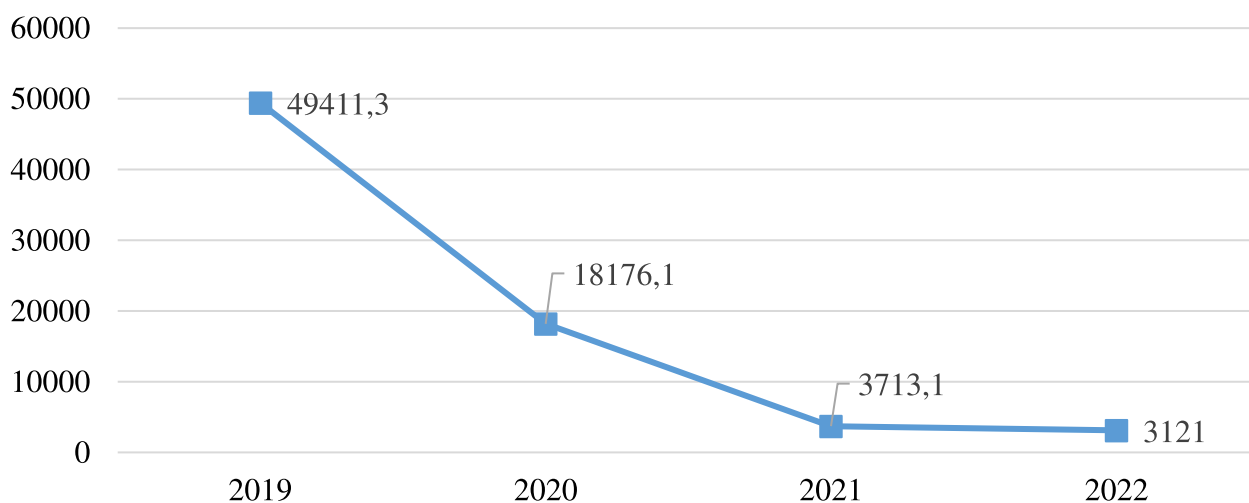


Рисунок 2.20 – Динаміка чистого доходу ТОВ «Сан Бі Україна», тис.грн

Таблиця 2.7 – Показники діяльності ТОВ «Сан Бі Україна» за 2019-2022 рр.

Показники	Код рядка ф2	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	2000	49411,3	18176,1	3713,1	3121
$\Delta^л$			-31235,2	-14463,0	-592,1
$T^л_r$			36,79	20,43	84,05
$T^л_{пр}$			-63,21	-79,57	-15,95
Чистий прибуток (збиток) тис. грн	2350	87	-15	-2294	1566
$\Delta^л$			-102	-2279	3860
$T^л_r$			-17,46	15192,05	-68,27
$T^л_{пр}$			-117,46	15092,05	-168,27
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) тис. грн	2050	39303,2	13875,2	2745,8	2088,6
$\Delta^л$			-25428	-11129	-657
$T^л_r$			35,30	19,79	76,07
$T^л_{пр}$			-64,70	-80,21	-23,93
Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції, %		0,18	-0,08	-61,78	50,18
$\Delta^л$			-0,26	-61,70	111,96

На рисунку 2.21 наведена динаміка собівартості реалізованої продукції підприємства ТОВ «Сан Бі Україна» за 2019-2022 рр. Протягом усього періоду цей показник зменшується.

Протягом двох років підприємство отримало збиток, у 2020 році -15 тис.грн, у 2021 році -2294 тис.грн. У 2022 році підприємство отримало чистий прибуток в розмірі 1566 тис.грн. (див. рис 2.22).

На рисунку 2.23 наведена динаміка валової рентабельності виробничих витрат та чистої рентабельності виручки від реалізації продукції ТОВ «Сан Бі Україна» за 2019-2022 рр.

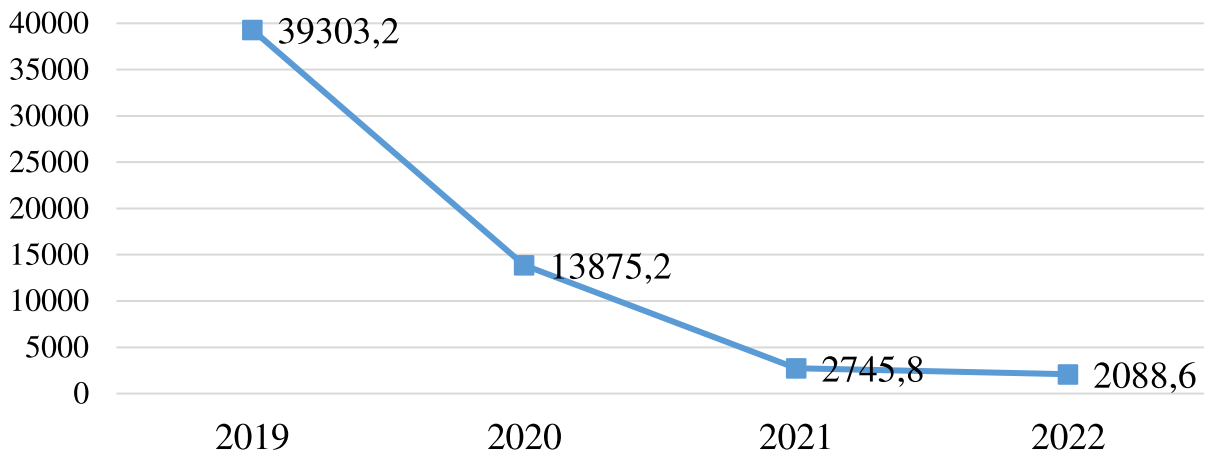


Рисунок 2.21 – Динаміка собівартості реалізованої продукції
ТОВ «Сан Бі Україна», тис.грн

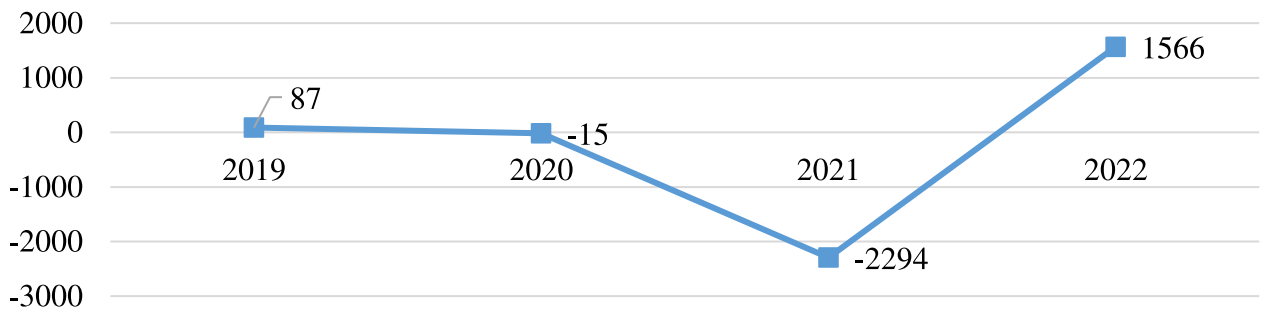


Рисунок 2.22 – Динаміка чистого прибутку ТОВ «Сан Бі Україна», тис.грн

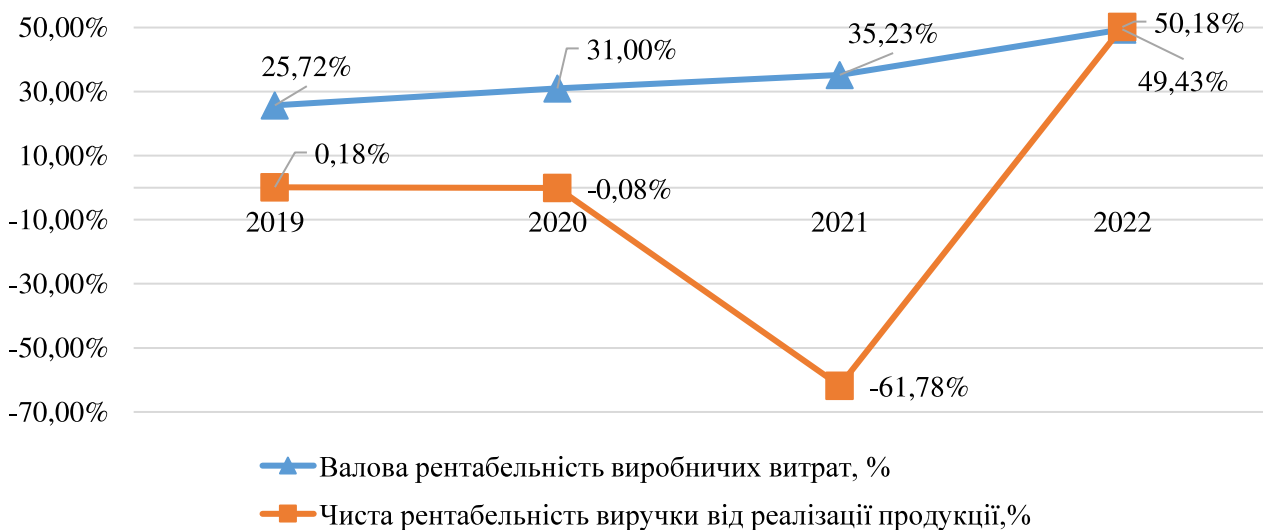


Рисунок 2.23 – Динаміка валової рентабельності виробничих витрат та
чистої рентабельності виручки від реалізації продукції
ТОВ «Сан Бі Україна»

Валова рентабельність виробничих витрат розраховується, як співвідношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції за формулою 2.1 [45]:

$$P_{\text{ВВВ}} = \Phi. 2. \frac{2090}{2050} \quad (2.1)$$

Валова рентабельність виробничих витрат зростала з 25,72% у 2019 році до 49,43% у 2022 році.

Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції розраховується, як співвідношення чистого прибутку(збитку) до чистого доходу за формулою 2.2 [45]:

$$P_{\text{ОД}} = \Phi. 2. \frac{2350(2355)}{2000} \quad (2.2)$$

Значення чистої рентабельності виручки від реалізації продукції протягом двох років 2020-2021 рр., було нижче 0, завдяки отриманих збитків у ці роки. У 2022 році цей показник зріс до найвищого значення 50,18%.

2.4 Аналіз експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна»

За даними таблиць 2.8 – 2.12 та рисунків 2.24 – 2.26 проаналізовано загальну динаміку та структуру виручки ТОВ «Сан Бі Україна».

Як видно з даних табл. 2.8 та рис. 2.24 протягом 2019-2022 рр. в цілому зменшується чистий дохід підприємства, реалізація на внутрішньому ринку, реалізація на експорт. При цьому треба зауважити, що, підприємство у 2022 не отримало експортної виручки.

Проаналізуємо структуру експорту у розрізі асортименту – табл. 2.9 та країн-покупців – табл. 2.10.

Найбільшу частку у структурі експорту ТОВ «Сан Бі Україна» у всіх роках становить продаж меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю

Таблиця 2.8 – Динаміка структури виручки від реалізації ТОВ «Сан Бі Україна»

Найменування показника	Один. вим.	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення 2022 до 2021 рр.	
						+/-	%
Чистий дохід	тис. грн	49411,3	18176,1	3713,1	3121	-592	84,05
Експорт	тис. грн	30986,3	3923,1	229,1	0	-229	
Реалізація на внутрішньому ринку	тис. грн	18425	14253	3484	3121	-363	89,58

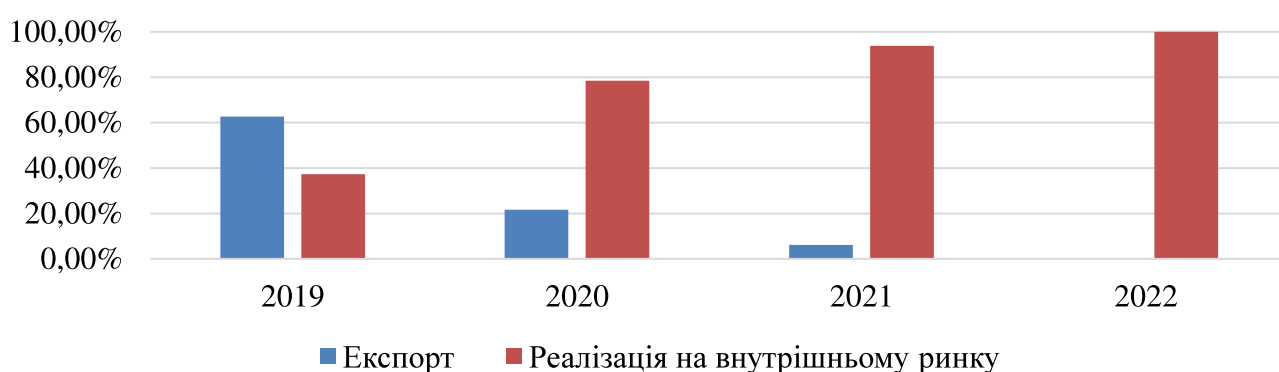


Рисунок 2.24 – Динаміка структури виручки від реалізації ТОВ «Сан Бі Україна», тис.грн

200 літрів (41% у 2019 році, 53% у 2020 році та 74% у 2021 році). Відбувається зниження частки інших груп (рис. 2.25).

Виходячи з даних рис. 2.26 можна наголосити, що максимальна частка експортної продукції реалізовувалася у росію і тільки починаючи з 2021 року експорт до цієї країни не здійснювався. У 2022 році експорт в загалі був відсутнім.

В таблиці 2.11 розрахуємо індекси, що характеризують динаміку експортних операцій ТОВ «Сан Бі Україна». Індекси вартості, фізичного обсягу, ціни, структури і кількості показують де і як змінився експорт.

Таблиця 2.9 – Структура експорту ТОВ «Сан Бі Україна» за асортиментними групами за 2019 – 2021 рр.

Експортний асортимент	2019 рік		2020 рік		2021 рік		Відхилення 2021 р. до 2020 р.		
	Сума, тис. грн	Питома вага,%	Сума, тис. грн	Питома вага,%	Сума, тис. грн	Питома вага,%	+/-, тис. грн.	%	пунктів структури
Експорт продукції, у т.ч.:	30986,3	100	3923,1	100	229,1	100	-3694	5,84	
- Мед квітковий у скляних банках	9887	32	803	20	23,8	10	-779,2	2,96	-10,08
- Мед квітковий у пластикових ємностях	3770	12	516,1	13	14	6	-502,1	2,71	-7,04
- Мед квітковий з натуральним соком	3025,3	10	361	9	12,5	5	-348,5	3,46	-3,75
- Мед квітковий у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю 200 літрів	12574	41	2098	53	169	74	-1929	8,06	20,29
- Продукти бджільництва	1730	6	145	4	9,8	4	-135,2	6,76	0,58

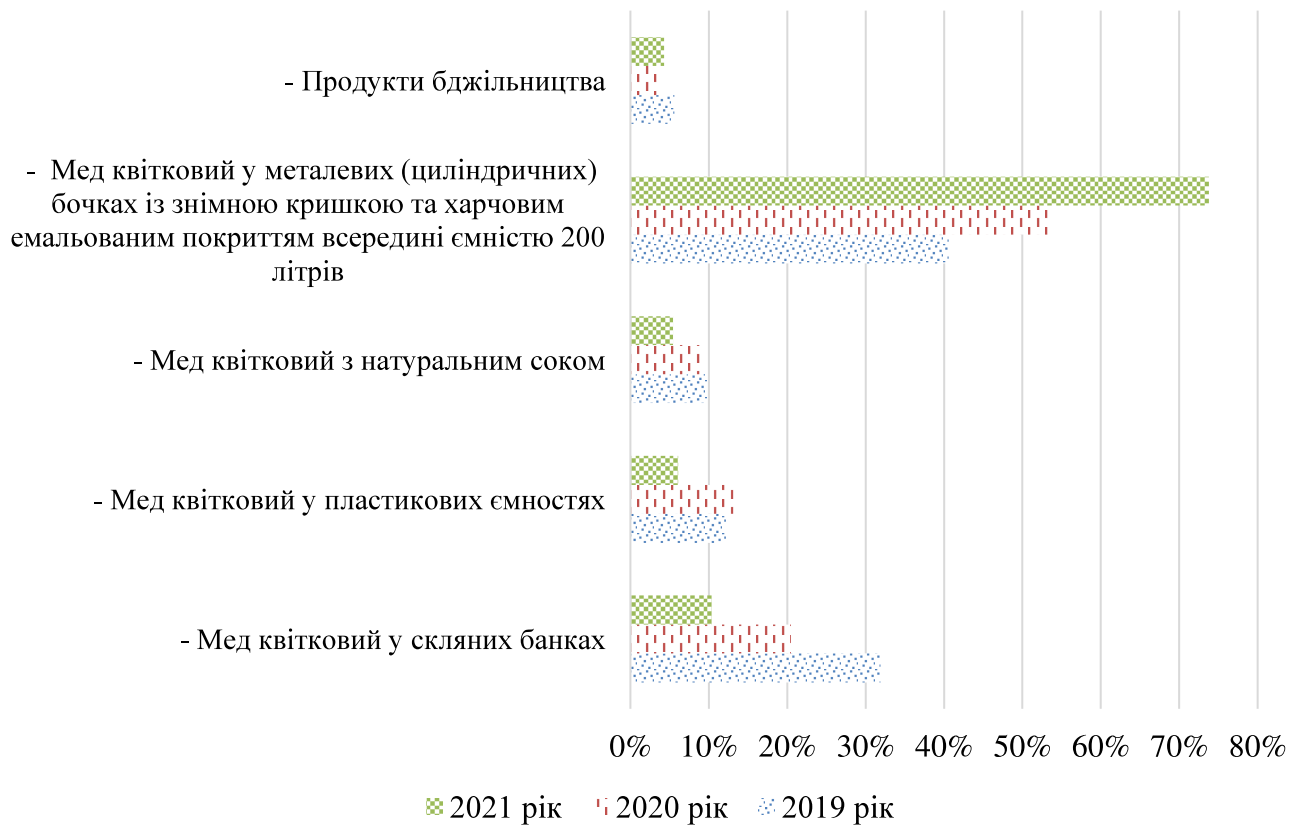


Рисунок 2.25 – Динаміка експортної виручки ТОВ «Сан Бі Україна» в розрізі асортиментних груп за 2019 – 2021 рр.

Для визначення відхилення вартості запланованого обсягу експортних угод від фактичного, використовують індекс вартості (I_{pq}) [46]:

$$I_{pq} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} * P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0} * P_{i0}} \quad (2.3)$$

де $Q_1 * P_1$ — фактична вартість експорту / імпорту товару i ;

$Q_0 * P_0$ — базова вартість експорту / імпорту товару i .

Таблиця 2.10 – Структура експорту ТОВ «Сан Бі Україна» за групами країн за 2019 – 2021 рр.

Країна	2019 рік		2020 рік		2021 рік		Відхилення 2021 р. до 2020 р.		
	Сума, тис. грн	Питома вага,	Сума, тис. грн	Питома вага,	Сума, тис. грн	Питома вага,	+/-, тис. грн.	+/-,%	пунктів структури
росія	18853	60,84	3285	83,73	0	0	-3285	-100,00	-83,73
Білорусь	9119	29,43	534	13,61	33	14,40	-501	-93,82	0,79
Казахстан	3012	9,72	104	2,65	196	85,55	92	88,46	82,90
Інші країни	2,3	0,01	0,1	0	0,1	0,04	0	0	0,04
Всього	30986,3	100,00	3923,1	100,00	229,1	100,00	-3694	-94,16	0,00

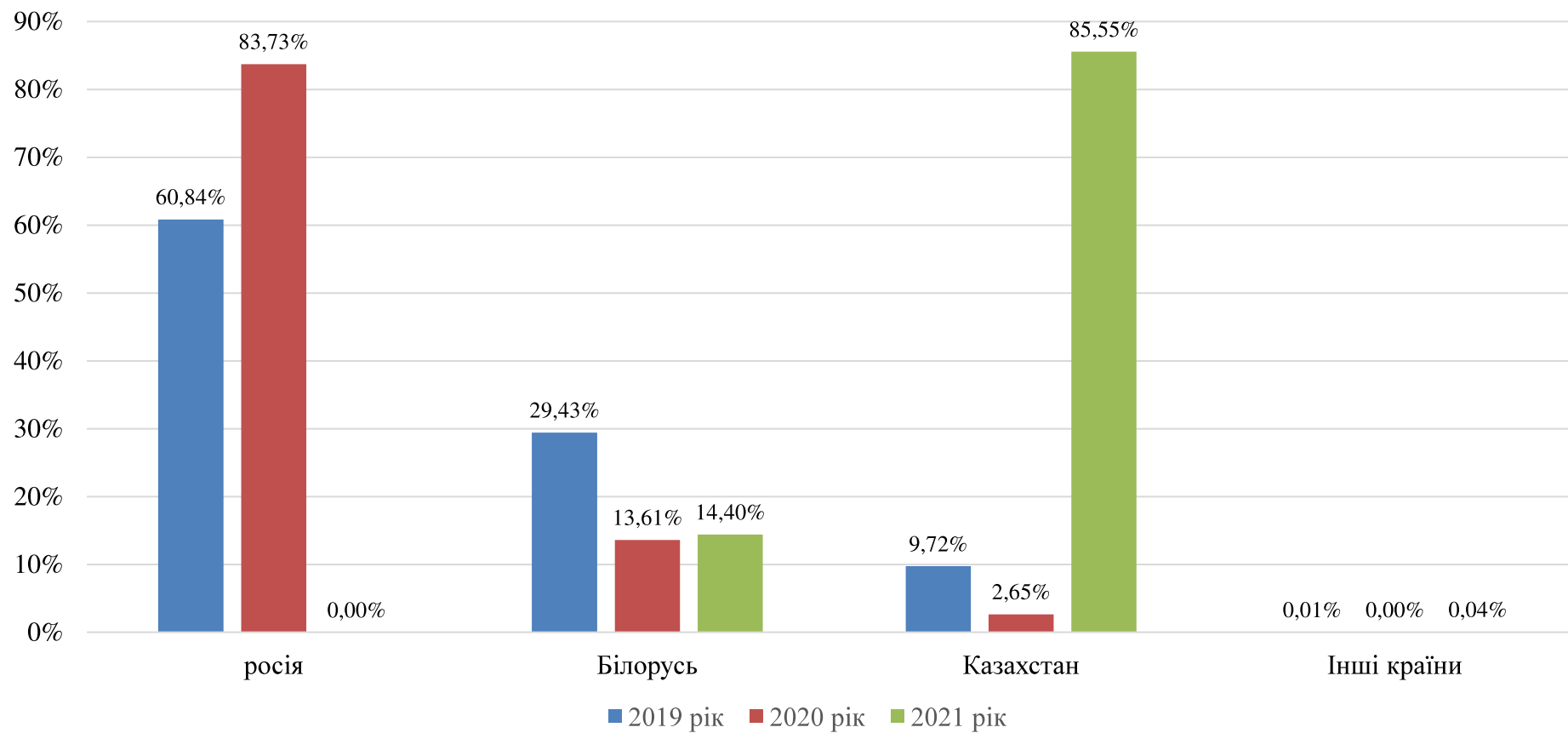


Рисунок 2.26 – Динаміка структури експортної виручки ТОВ «Сан Бі Україна» за групами-країн імпортерів за 2019 – 2021 рр.

Таблиця 2.11 – Індексний аналіз експорту ТОВ «Сан Бі Україна»

Назва продукції	2020 рік			2021 рік		
	Кількість, од	Середня ціна, грн/од	Вартість, грн	Кількість, од	Середня ціна, грн/од	Вартість, грн
- Мед квітковий у скляних банках	4140	193,97	803035,8	104	228,9	23806
- Мед квітковий у пластикових ємностях	4735	109	516115	111	126,5	14042
- Мед квітковий з натуральним соком	11645	31	360995	357	35	12495
- Мед квітковий у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю 200 літрів	106	19793	2098058	6	28160	168960
- Продукти бджільництва	6590	22	144980	327	30	9810
Всього	27216	-	3923183,8	905	-	229112
Індекс вартості	0,058					
Індекс ціни	1,353					
Індекс фізичного обсягу	0,043					
Середня ціна	144,15					
Індекс кількості	0,033					
Індекс структури	1,298					

Зміна вартості експорту / імпорту може бути обумовлена безліччю факторів, але ретельно можна досліджувати вплив зміни ціни і фізичного обсягу.

Вплив фактору зміни цін на обсяги експортованої / імпортованої продукції розраховується за індексом цін (I_p) [46]:

$$I_p = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} * P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1} * P_{i0}} \quad (2.4)$$

де $Q_{i1} * P_{i0}$ - вартість експорту товару и в звітному періоді перерахована за плановими цінами.

Дія фактору зміни фізичного обсягу структури експортної / імпортної продукції обчислюється за індексом фізичного обсягу (I_q) [46]:

$$I_q = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \cdot P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0} \cdot P_{i0}} \quad (2.5)$$

Зміна фізичного обсягу обумовлена сукупною зміною кількості та кількісної структури. Індекс показує, в скільки разів збільшилася вартість без урахування динаміки цін. Тому індекс фізичного обсягу представляє собою добуток індексу кількості та індексу структури [46]:

$$I_q = I_{стр} * I_{кол}, \quad (2.6)$$

Вплив чинника зміни кількості визначають, вираховуючи індекс кількості [46]:

$$I_{кількості} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0}} \quad (2.7)$$

Індекс кількісної структури визначається за формулою [46]:

$$I_{cmp} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \cdot P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \cdot \overline{P_{i0}}}, \quad (2.8)$$

де $\overline{P_{i0}}$ - середньозважена ціна товарів базового періоду.

Середня ціна обчислюється за формулою [46]:

$$\overline{P_{i0}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i0} \cdot P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0}}, \quad (2.9)$$

Якщо індекс кількісної структури буде більше одиниці, то це означає, що у межах товарної групи підвищилася частина більш дорогих товарів за рахунок зниження частки дешевих товарів. При зворотній зміні індекс структури менше одиниці [46].

Для наших умов розрахунки представлено нижче.

Індекс вартості:

$$\begin{aligned} I_{pq} &= (228,9 \cdot 104 + 126,5 \cdot 111 + 35 \cdot 357 + 28160 \cdot 6 + 30 \cdot 327) / \\ &= (193,97 \cdot 4140 + 109 \cdot 4735 + 31 \cdot 11645 + 19793 \cdot 106 + 22 \cdot 6590) = \\ &= (23805,6 + 14041,5 + 12495 + 168960 + 9810) / (803035,8 + 516115 + 360995 + 2098058 + 144 \\ &980) = 229112,1 / 3923183,8 = 0,058 \end{aligned}$$

Відхилення обсягу експорту за рахунок зміни цін:

$$\begin{aligned} I_p &= (228,9 \cdot 104 + 126,5 \cdot 111 + 35 \cdot 357 + 28160 \cdot 6 + 30 \cdot 327) / \\ &= (193,97 \cdot 104 + 109 \cdot 111 + 31 \cdot 357 + 19793 \cdot 6 + 22 \cdot 327) = \\ &= (23805,6 + 14041,5 + 12495 + 168960 + 9810) / \\ &= (20172,88 + 12099 + 11067 + 118758 + 7194) = 229112,1 / 169290,88 = 1,353 \end{aligned}$$

Відхилення обсягу експорту за рахунок зміни фізичного обсягу:

$$I_q = (193,97 \cdot 104 + 109 \cdot 111 + 31 \cdot 357 + 19793 \cdot 6 + 22 \cdot 327) /$$

$$\begin{aligned} & (193,97*4140+109*4735+31*11645+19793*106+22*6590) = \\ & (20172,88+12099+11067+118758+7194)/ \\ & (803035,8+516115+360995+2098058+144980) = 169290,88/3923183,8 = 0,043 \end{aligned}$$

Середня ціна:

$$\begin{aligned} P_o &= (193,97*4140+109*4735+31*11645+19793*106+22*6590) / \\ & (4140+4735+11645+106+6590) = (803035,8+516115+360995+2098058+144980)/ \\ & 27216 = 3923183,8 / 27216 = 144,15 \text{ грн/од} \end{aligned}$$

Індекс кількості:

$$I_{\text{кол}} = (104+111+357+6+327) / (4140+4735+11645+106+6590) = 905/27216 = 0,033$$

Індекс структури:

$$\begin{aligned} I_{\text{стр}} &= (193,97*104+109*111+31*357+19793*6+22*327) / \\ & ((104+111+357+6+327)*144,15) = (20172,88+12099+11067+118758+7194) / \\ & 130455,75 = 1,298 \end{aligned}$$

Як показують результати розрахунків у 2021 році відбулося значне зменшення розмірів експортної виручки - вона становила тільки 5,8% від 2020 року (індекс вартості), при цьому відбулося збільшення цін на 35,3% (індекс ціни дорівнює 1,353) та зменшення фізичного обсягу експорту – становив 4,3% від показника 2020 року. Варто відзначити, що в межах товарної групи підвищилася частина більш дорогих товарів за рахунок зниження частини дешевих товарів, що показує значення індексу кількісної структури більше за 1 (становить 1,298).

На обсяги реалізації продукції за експортними контрактами впливають різні фактори. Факторний аналіз обсягів реалізації експортної продукції здійснюється за допомогою наступної моделі [46]:

$$ТП_{\text{експ}} = \frac{ТП_{\text{експ}}}{k} \times \frac{k}{K_{\text{кп}}} K_{\text{кп}}, \quad (2.10)$$

де $ТП_{\text{експ}}$ – обсяг продукції (товарів, робіт, послуг) реалізованої за експортними контрактами;

k – загальне число експортних контрактів за період;

$K_{кп}$ – кількість іноземних покупців (замовників, клієнтів) за відповідний період.

Розглянемо техніку розрахунків впливу трьох факторів на результуючий показник. Їх взаємозв'язок виражається факторною моделлю мультиплікативного типу [46]:

$$y = a \cdot b \cdot c \quad (2.11)$$

Спосіб ланцюгових підстановок наведено нижче [46].

$$\text{I розрахунок} \quad \frac{ТП_{експ0}}{k_0} * \frac{k_0}{K_{кп0}} * K_{кп0} = ТП_{експ0} \quad (2.12)$$

$$\text{II розрахунок} \quad \frac{ТП_{експ1}}{k_1} * \frac{k_0}{K_{кп0}} * K_{кп0} = ТП_{експ}' \quad (2.13)$$

$$\text{III розрахунок} \quad \frac{ТП_{експ1}}{k_1} * \frac{k_1}{K_{кп1}} * K_{кп0} = ТП_{експ}'' \quad (2.14)$$

$$\text{IV розрахунок} \quad \frac{ТП_{експ1}}{k_1} * \frac{k_1}{K_{кп1}} * K_{кп1} = ТП_{експ1} \quad (2.15)$$

Як ми бачимо відбувається поступова заміна базисних величин на звітні.

$ТП_{експ}'$ и $ТП_{експ}''$ - умовні (перелічені) значення узагальненого результуючого показника.

$ТП_{експ}'$ - характеризує яким могло б бути базисне значення результуючого показника, якби тільки величина основного кількісного показника відповідала його значенню у звітному періоді.

$ТП_{експ}''$ - характеризує яким могло б бути базисне значення результуючого показника, якщо б одночасне значення двох кількісних показників відповідало їхньому значенню в звітному періоді.

Величину впливу кожного фактору визначають шляхом послідовного зіставлення результату кожного розрахунку з попереднім [46].

$$\Delta \text{ТП}_{\text{експ } A} = \text{ТП}_{\text{експ } '}' - \text{ТП}_{\text{експ } 0} \quad (2.16)$$

$$\Delta \text{ТП}_{\text{експ } b} = \text{ТП}_{\text{експ } ''} - \text{ТП}_{\text{експ } '}' \quad (2.17)$$

$$\Delta \text{ТП}_{\text{експ } c} = \text{ТП}_{\text{експ } 1} - \text{ТП}_{\text{експ } ''} \quad (2.18)$$

$\Delta \text{ТП}_{\text{експ } A}$ - вплив фактора А на зміни результуючого показника, грн

$\Delta \text{ТП}_{\text{експ } b}$ - вплив фактора В на зміни результуючого показника, грн

$\Delta \text{ТП}_{\text{експ } c}$ - вплив фактора С на зміни результуючого показника, грн

Правильність розрахунків визначається балансовим методом за формулою [46]:

$$\Delta \text{ТП}_{\text{експ}} = \Delta \text{ТП}_{\text{експ } 1} - \Delta \text{ТП}_{\text{експ } 0} \quad (2.19)$$

$$\Delta \text{ТП}_{\text{експ}} = \Delta \text{ТП}_{\text{експ } A} + \Delta \text{ТП}_{\text{експ } b} + \Delta \text{ТП}_{\text{експ } c} \quad (2.20)$$

На підставі даних, що наведені у таблиці 2.12, проведено факторний аналіз обсягів реалізації за експортними контрактами для ТОВ «Сан Бі Україна».

Таблиця 2.12 – Вихідні дані для проведення факторного аналізу для ТОВ «Сан Бі Україна»

Показник	Од. виміру	2020 рік	2021 рік	Відхилення	
				+/-	%
Обсяг продукції, реалізованої за експортними контрактами	тис. грн	3923,1	229,1	-3694	-94,16
Загальна кількість експортних контрактів	шт.	14	3	-11	-78,57
Кількість іноземних покупців (замовників)	од.	12	3	-9	-75,00
Середня сума одного експортного контракту в періоді	грн	280,221	76,368	-203,85	-72,75
Середня кількість експортних контрактів на одного покупця (замовника)	шт./од.	1,167	1,000	-0,17	-14,29

Розглядаємо вплив трьох факторів. Фактор А – середня сума одного експортного контракту, фактор В – середня кількість експортних контрактів, фактор С – загальна кількість покупців за період.

А) Зменшення середньої суми одного експортного контракту:

$$ТП_{експ}' = 76,368 * 12 * 1,167 = 1069,5 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ТП_{експ А} = 1069,5 - 3923,1 = -2853,6 \text{ тис. грн}$$

Б) Через зменшення середньої кількості експортних контрактів на одного покупця (зменшення активності покупців):

$$ТП_{експ}'' = 76,368 * 1 * 12 = 916,4 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ТП_{експ В} = 916,4 - 1069,4 = -153 \text{ тис. грн}$$

С) Зменшення загальної кількості покупців за період:

$$\Delta ТП_{експ С} = 229,1 - 916,4 = -687,3 \text{ тис. грн}$$

Загальний вплив усіх трьох факторів:

$$\Delta ТП_{експ} = -2853,6 - 153 - 687,3 = -3694 \text{ тис. грн}$$

Отже, зменшення середньої суми одного експортного контракту на 203,85 тис. грн призвело до зменшення експортної виручки на 2853,6 тис. грн. Зменшення середньої кількості контрактів на одного покупця на 14,29% вплинуло на зменшення експортної виручки на 153 тис. грн. Також зменшення кількості покупців на 9 контрагентів призвело до зменшення експорту на 687,3 тис. грн. Вплив усіх факторів привів до зменшення експорту на 3694 тис. грн в 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Дуже часто при проведенні експортно-імпортних операцій обумовлюються умови комерційного кредиту, які впливають на ефективність угоди. Для обліку впливу умов комерційного кредиту на ефективність операції розраховується коефіцієнт кредитного впливу як відношення результату угоди з наданням комерційного кредиту до результату операції без надання комерційного кредиту, тобто при оплаті готівкою [46]:

$$K_{KP} = \frac{BK}{BH} \quad (2.21)$$

де $K_{кр}$ - коефіцієнт кредитного впливу, частки одиниці;

V_k - валютна виручка від експорту товарів з наданням відстрочки платежу (комерційного кредиту покупцеві), приведений до моменту поставки товару, грн.;

V_H - валютна виручка від експорту товару без надання відстрочки платежу (при оплаті готівкою), грн.

Економічний сенс коефіцієнта кредитного впливу в тому, що він показує, у скільки разів знижується або підвищується ефективність угоди з наданням комерційного кредиту в порівнянні з угодою без надання комерційного кредиту.

Формули розрахунків ефективності експортної операції наведено нижче.

$$E_{ек.} = V_{ек.} \times k_{кр} - ПВ_{ек.}, \quad (2.22)$$

де $E_{ек.}$ - економічний ефект експорту товару, грн.;

$V_{ек.}$ - виручка від експорту товару, грн.;

$ПВ_{ек.}$ - повні витрати підприємства на експорт товару, грн [46].

Тобто при експорті коефіцієнт кредитного впливу <1 при умовах відстрочення платежу (ефект знижується тому що оплата прийде після поставки товару), і >1 , якщо є передплата за товар.

$$EE_{ек.} = V_{ек.} \times k_{кр} : ПВ_{ек.}, \quad (2.23)$$

де $EE_{ек.}$ - економічна ефективність експорту, грн / грн [46].

Розглянемо ефективність експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна» з продажу меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю 200 літрів. Умовами експортного контракту є поставка FOB, Україна м. Одеса (в редакції INCOTERMS – 2020 [47]). Право власності на Товар та ризики втрати і ушкодження Товару, який складає ту чи іншу партію, переходить від Продавця

до Покупця в момент поставки Товару (партії Товару). Моментом поставки Товару є момент передачі Покупцю Товару в названому місці поставки. Прийняття – передача Товару проводиться за кількістю - згідно з товаросупровідними документами; за якістю - згідно посвідченню про якість товару заводу – виробника. Форма розрахунку – відстрочка платежу строком на 1 місяць. Підприємство кредитувалося у банків у 2020 р. по ставці 15,89%, у 2021 році ставка становила 14,07% грн [48]. Ефективність експорту ТОВ «Сан Бі Україна» за 2020 – 2021 рр. розраховано у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 – Ефективність експорту меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках ТОВ «Сан Бі Україна» за 2020 – 2021 рр.

Показник	2020 рік	2021 рік
Середня експортна ціна од., дол. США	729,27	1031,13
Кількість, од.	106	6
Виручка від реалізації, дол. США	77302,62	6186,78
Середній курс грн/ дол. США	27,141	27,31
Виручка від реалізації, тис грн	2098,070	168,961
Повні витрати на 1 од. експортного товару, грн	15834	25344
Повні витрати на реалізацію експортного товару, тис.грн	1678,404	152,064
Коефіцієнт кредитного впливу	0,988	0,989
Ефект експорту, тис грн	393,860	15,054
Ефективність експорту, грн/грн	1,235	1,099

1) Розрахунок коефіцієнтів дисконтування.

2020 рік:

$15,89 / 360 \text{ (днів)} * 7 = 0,308972\%$ на тиждень

2021 рік:

$14,07 / 360 \text{ (днів)} * 7 = 0,273583\%$ на тиждень

Коефіцієнт дисконтування становить:

2020 рік:

1 тиждень – $1 / (1+0,00308972)^1 = 0,9969$

$$2 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00308972)^2 = 0,9938$$

$$3 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00308972)^3 = 0,9808$$

$$4 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00308972)^4 = 0,9877$$

2021 рік:

$$1 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00273583)^1 = 0,9973$$

$$2 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00273583)^2 = 0,9946$$

$$3 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00273583)^3 = 0,9918$$

$$4 \text{ тиждень} - 1 / (1+0,00273583)^4 = 0,9891$$

3) Розрахунок коефіцієнтів кредитного впливу:

2020 рік:

$$K_{кр} = 2098,07 * 0,9877 / 2098,07 = 0,9877$$

2021 рік:

$$K_{кр} = 168,96 * 0,9891 / 168,96 = 0,9891$$

4) Розрахунок ефекту та ефективності експорту:

2020 рік:

$$E_e = 2098,07 * 0,9877 - 1678,404 = 393,86 \text{ тис.грн}$$

$$EE_e = 2098,07 * 0,9877 / 1678,404 = 1,2347 \text{ грн/грн.}$$

2021 рік:

$$E_e = 168,96 * 0,9891 - 152,064 = 15,054 \text{ тис. грн}$$

$$EE_e = 168,96 * 0,9891 / 152,064 = 1,099 \text{ грн/грн.}$$

Показник ефективності експорту в 2020 р. та в 2021 р. більший за одиницю, ефект більше 0, що говорить про ефективність угоди. Але ефективність зменшується у 2021 році в порівнянні з 2020 роком – становить відповідно 1,099 та 1,235.

За даними табл. 2.14 порівняно ефективність реалізації меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках на внутрішньому та зовнішньому ринку. На основі розрахунків за 2021 р. експорт за своєю ефективністю вище ніж реалізація в середині країни - 1,099 грн/грн. та 1,041 грн/грн. відповідно.

Розрахунки ефективності реалізації на внутрішньому ринку:

$$E_{вн} = 159 - 149,88 = 9,12 \text{ тис.грн}$$

$$EE_{ВН} = 159 / 149,88 = 1,061 \text{ грн/грн.}$$

Таблиця 2.14 – Аналіз реалізації меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках ТОВ «Сан Бі Україна» у 2021 р.

Показник	Експорт	Внутрішній ринок
Середня експортна ціна од, дол. США	1031,13	
Середня внутрішня ціна од., грн		26500
Кількість, од	6	6
Виручка від реалізації, дол. США	6186,78	-
Середній курс грн/дол. США	27,31	-
Виручка від реалізації, тис.грн	168,96	159
Повні витрати на 1 одиницю., грн	25344	24980
Повні витрати на реалізацію товару, тис.грн	152,064	149,88
Коефіцієнт кредитного впливу	0,9891	1
Ефект, тис.грн	15,06	9,12
Ефективність, грн/грн	1,099	1,061

Отже експортна діяльність для підприємства ТОВ «Сан Бі Україна» є ефективною і слід шукати шляхи збільшення експорту з урахуванням найбільш вигідних напрямків.

Вагомою статтею експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектора і перспективним «глобальним продуктом» може стати продукція галузі бджільництва, передусім мед, адже Україна входить до провідних світових виробників меду за обсягом валового виробництва й рівнем споживання цього продукту [12].

3 ПРОЄКТ ЗАХОДІВ З РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «САН БІ УКРАЇНА»

3.1 Впровадження інновацій в бджільництві

3.1.1 Рекомендації з використання дронів-безпілотників для бджолярів

Дрони безпілотники все ширше посідають місце в нашому житті і бджільництво не є винятком. На пасіці дрони можуть допомогти бджоляру у вирішенні багатьох проблем. Варто розглянути, як можна використовувати безпілотники на пасіці.

Французька компанія Drone Volt [50] розробила корисний пристрій для дронів для боротьби з азіатськими шершнями. Конструкція призначена для викорінення, так званої азіатської шершні, яка стає небезпечним ворогом бджіл у різних частинах Європи: він знищує цілі пасіки бджіл.

Дрон SPRAY© HORNET от DRONE VOLT призначений для виявлення та знищення гнізд азіатських шершнів або інших небезпечних гнізд з мінімально можливою шкодою для навколишнього середовища завдяки надзвичайно точній технології розпилення. Drone Spray Hornet встановлений на важкому дроні вагою три кілограми фірми Drone Volt. Дрон оснащується 800 грамами отруйного спрею. Спеціальна камера типу Go Pro Hero 4 Black Edition HD використовується для пошуку гнізд шершні, які в основному розташовані на високих деревах або під дахами, на висоті до 10 метрів. Щойно гніздо виявлено, до трьох чвертей інсектициду розпорозується на гніздо з аерозольної банки. Залежно від кількості батарей дрон може літати від 9 до 18 хвилин. Якщо їх запас вичерпався, парашут запобігає руйнуванню безпілотного літального апарату. Drone Volt зараз працює над удосконаленням системи управління Hornet через програму автоматизації для пошуку гнізд шершнів. Ця новинка в Іспанії та Франції вважається найперспективнішим заходом для знищення азіатського шершня [51].

Дрони-безпілотники цілком можуть стати в нагоді бджолярам при вирішенні ще одного завдання - підвищити медозбір шляхом поліпшення медоносної бази. Безпілотник цілком може розсіювати насіння медоносів у важкодоступних місцях для людини – крутих схилах пагорбів, гір, ярів, болотистих місцях. При цьому можна вирішити й інші проблеми, які стоять не лише перед пасічниками. Наприклад, розсіюючи насіння медоносів на схилах, які схильні до осипів, можна зміцнити схил і збільшити медозбір. Трудовитрати при подібній посадці медоносів мінімальні, а ефект великий.

Є й інші сфери застосування дронів для потреб бджільництва, наприклад, швидкий обліт дроном місцевості, навколо обраного місця, може допомогти бджолярові побачити - де знаходяться сусідні пасіки, про які нічого не відомо, де розташовані тваринницькі ферми, вигони худоби, джерела води, де є скупчення птахів та багато іншого. У деяких випадках результати дослідження можуть вплинути на рішення, чи взагалі варто перевозити пасіку на пропоноване місце.

Якщо бджоляру на складній місцевості треба оцінити медоносну базу, також допоможе дрон.

Вартість дрона Drone Volt Hercules 10 в повній комплектації - 8973 євро [51].

3.1.2 Рекомендації з використання інноваційної технології - система моніторингу бджолосім'ї

Вчені давно намагалися створити пристрої, які б дозволяли дистанційно збирати інформацію про стан бджолосім'ї. Болгарська компанія BEE SMART [52], під керівництвом винахідника Сергія Петрова, створила інноваційну систему, яка вбудована у вулик і через яку дистанційно збираються дані про бджіл (рисунок 3.1).

Ідея виникла через необхідність отримання додаткової інформації про бджіл. Це пов'язано із зміною кліматичних умов, надмірним використанням багатьох хімічних речовин для обробки сільськогосподарських культур. Головне

в тому, що бджолярам завжди доводиться мати справу з багатьма різними факторами і їм потрібно знати, що відбувається у вулику.

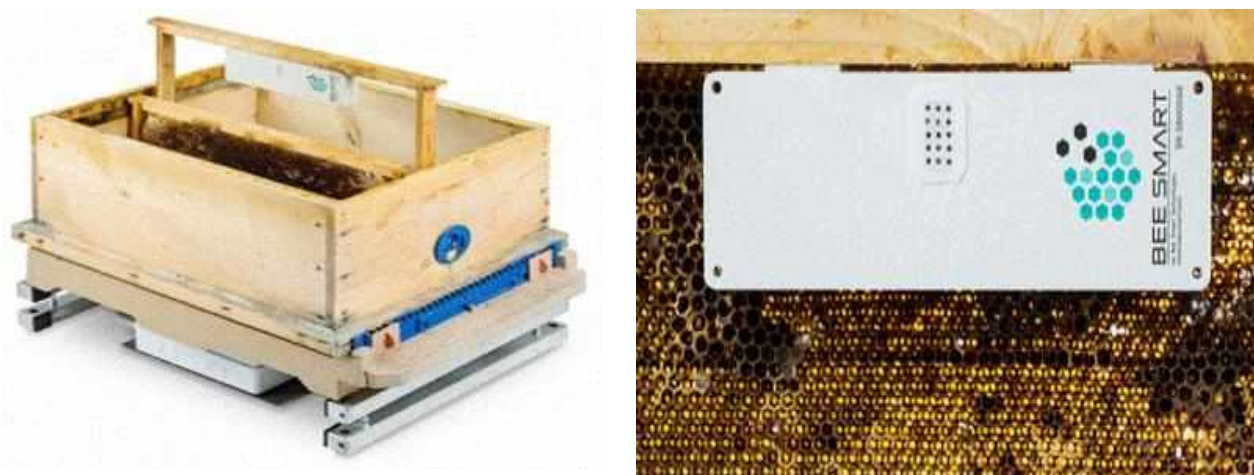


Рисунок 3.1 – Вироби компанії BEE SMART [52]

Інформація, яка може бути отримана від пристрою, це зміна температури і вологості у вулику, а також вулик має вбудований датчик переміщення, що означає, що система розпізнає зовнішній вплив і забезпечує захист від крадіжки.

Пристрій має найінноваційніший аналіз звуку. Прослухавши частоту та вібрації, які створюють бджоли, пристрій не відправляє аудіо через Інтернет, а аналізує звук на місці. Бджоляру відправляються лише результати аналізу. Це значно скорочує обмін даними, що є великою перевагою, тому що немає хорошого підключення до Інтернету у віддалених місцях, де найчастіше розташовані пасіки. Пристрій, який інтегрується у вулик, має чотири основні датчики, що мають окремі розроблені електронні шкали, які контролюють зміни ваги вулика. Пристрій також працює без проводів – немає потреби в кабелях. Одна батарея для контрольних ваг працює три місяці, а батарея для внутрішнього датчика працює до 9 місяців залежно від налаштувань. Внутрішній модуль вулика встановлений в одній із рамок вулика, переважно у вигляді рами біля планки. Пристрій контрольних ваг розташований під самим вуликом. Пристрій також вимірює зміну ваги - так що можна бачити, коли бджоли йдуть на збір меду, коли вони повертаються і які зміни ваги вулика кожні 15 хвилин.

Обладнати такими пристроями можна тільки контрольні вулики – на пасіці в 100-120 бджолосімей достатньо від 2 до 4 обладнаних системою вуликів.

Пристрій дозволяє отримувати дані дистанційно, від вуликів на дальній точці або у несприятливих погодних умовах для огляду – дощ, вітер, сніг, холод тощо. Датчики з вуликів підключені до мобільного пристрою, який є простим у використанні. Завдяки цьому бджоляр може будь-коли отримати своєчасну інформацію, щоб вжити швидких і адекватних заходів.

Ці пристрої вже використовуються в Болгарії, Ізраїлі, Австралії, Фінляндії, Хорватії, Франції, Бельгії та Румунії та США. У перспективі пристрої використовуватимуться в Англії, Іспанії та Туреччині.

Модуль компанії BEE SMART легко виявляє фатальні загрози для сім'ї медоносних бджіл, включаючи пестициди та присутність шкідників, і негайно інформує співробітників.

За даними виробників та результатами практичного застосування в порівнянні з традиційними вуликами, використання модуля компанії BEE SMART знижує смертність бджіл на 80%, що призводить до збільшення медозбору не менше ніж на 50%, при цьому потреба у ручній праці знижується приблизно на 90% [53].

Вартість модулів компанії BEE SMART разом з роботою по встановленню – 20500 євро.

3.2 Рекомендації з виходу на ринок Європи

3.2.1 Особливості організації експорту меду з України

Кожна партія меду має відповідати вимогам безпеки харчових продуктів ЄС. Підприємства, де виробляється та фасується мед, проходить ретельну перевірку регіональною ветеринарною службою. Гомогенізований мед передається на дослідження до лабораторії, якщо мед відповідає всім вимогам – ветеринарна лабораторія видає дозволи на експорт [54, 55].

Також необхідно отримати міжнародний ветеринарний сертифікат на експорт меду з України та інших продуктів бджільництва за формою, визначеною Регламентом ЄС No2016/759. Для цього необхідно звернутися до Головного управління Держпротспоживслужби та після пред'явлення результатів лабораторних досліджень отримати сертифікат. Ветеринарний сертифікат видається на кожен партію меду [54, 55].

Усі потенційні покупці продукції бджолярів виставили умови наявності сертифікатів харчової промисловості, серед них: IFC, BRC, ISO 22000 та FSSC 22000 [55].

International Featured Certificate (IFC) – міжнародний сертифікат, який регулює якість та безпеку харчових продуктів. IFC було створено підприємствами роздрібної торгівлі Німеччини, Франції та Італії. Виробник може отримати сертифікат IFC лише після проходження аудиту за стандартом IFC Food. British Retail Consortium (BRC) – міжнародний сертифікат, розроблений британськими підприємствами роздрібної торгівлі [55].

Сертифікати BRC та IFC мають однакові цілі, основними відмінностями є те, що IFC використовує бали при оцінці якості, при BRC такого немає. Також BRC допускає сертифікацію підприємства за наявності невідповідностей, якщо протягом 28 днів буде пред'явлено докази усунення проблем. У свою чергу IFC не видає сертифікат, якщо було виявлено хоча б одну невідповідність. BRC та IFC оцінюють безпеку харчових продуктів, обладнання, систему менеджменту якості, управління процесами та персоналом. ISO 22000 та FSSC 22000 (Food Safety System Certification 22000) – міжнародні стандарти, системи управління безпекою харчових продуктів для тих, хто залучений до виробництва меду та інших харчових продуктів [55].

Дотримання цих стандартів дозволить ТОВ «Сан Бі Україна» отримати міжнародну акредитацію та визнання вищого рівня безпеки харчових продуктів, необхідних для експорту меду до країн Євросоюзу.

Обидва стандарти призначені для виробників тваринницької продукції з малим та великим терміном зберігання, упаковки для продуктів, обладнання,

засобів для чищення. Наявність у виробника хоча б одного з перерахованих сертифікатів дає не лише можливість постачати продукцію на міжнародний ринок, а й показує споживачам бажання компанії забезпечити високу якість та безпеку. Термін дії сертифікату – 1 рік [55].

Також необхідно отримати сертифікат EUR.1, який підтверджує, що товар вироблено в Україні та дає право на митне очищення вантажу з використанням преференційної ставки мита, тим самим знижуючи його вартість для одержувача. Сертифікат EUR 1 можна отримати на митниці [55].

При здійсненні митного оформлення меду в режимі експорту необхідно надати такі документи:

- зовнішньоекономічний контракт;
- оригінал інвойсу (рахунок-фактура);
- пакувальний лист;
- міжнародний ветеринарний сертифікат;
- виписка про балансову вартість (калькуляція);
- товарно-транспортна накладна (CMR);
- сертифікат EUR 1 [55].

При перетині кордону партія меду має пройти перевірку ветеринарною службою. Для цього за добу до прибуття продукцію заявляють на пункт пропуску електронною системою TRACES (Trade Control and Expert System). Обов'язковою умовою є реєстрація імпортера меду у системі TRACES. TRACES – європейська мережа, яка понад 15 років контролює експорт/імпорт продуктів тваринного походження. Система відслідковує переміщення продукції, визначає фальшиві сертифікати, оцінює ризики та допомагає боротися із поширенням підробленої продукції [55].

Експортеру видають пропускний ветеринарний документ - Common Veterinary Entry Document (CVED). Вартість оформлення цього сертифіката у ветеринара на кордоні – 70 євро [55].

Після проходження контролю партію меду буде випущено за межі кордону України. Після прибуття до країни призначення вантаж має пройти митне оформлення у відповідному митному органі [55].

3.2.2 Пошук закордонного контрагента

Великобританія, у відповідь на агресію зі сторони Росії, прийняла рішення у 2022 році скасувати всі мита та квоти на українські товари. Про це повідомляє прес-служба британського уряду. Таким чином, усі мита на імпортовані з України товари будуть знижені до нуля, а всі квоти будуть скасовані. Згідно з угодою про вільну торгівлю, це «надасть Україні економічну підтримку у скрутний час», заявили в уряді [56].

ТОВ «Сан Бі Україна» пропонується у 2024 році налагодити експорт у Великобританію.

Рекомендуємо налагодження відносин з експорту меду та виробів продуктів бджільництва з Sainsbury's - британською компанією, що управляє другою найбільшою роздрібною мережею у Великій Британії після Tesco. У 2023 році посіла 1069 місце в списку найбільших публічних компаній світу Forbes Global 2000 [57].

Компанію заснували в 1869 році Джон Джеймс Сейнсбері (John James Sainsbury) та його дружина Мері Енн. До 1922 року мережа Sainsbury's налічувала 136 магазинів; мережа росла суто за рахунок відкриття нових магазинів, перша покупка іншої мережі відбулася лише 1936 року. Перший магазин самообслуговування було відкрито у червні 1950 року, до кінця 1960-х у Sainsbury's було вже 100 супермаркетів. Компанія стала публічною у 1973 році, це стало найбільшим розміщенням акцій на біржі у Великій Британії на той час [58].

У 1995 році Sainsbury's поступилася лідерством на ринку роздрібною торгівлі Великобританії своєму основному конкуренту Tesco. У 2007 р. 25-відсоткову частку у компанії купив катарський інвестиційний фонд. У 2016 році

за 1,4 млрд фунтів було куплено Home Retail Group, що включало мережу Argos [58].

Sainsbury - другий найбільший рітейлер у Великобританії з часткою 15% станом на 2023 рік (у Tesco - 27%). Під брендом Sainsbury's 1409 магазинів, із них 595 супермаркетів; під брендом Argos працює 709 магазинів, ще три використовують бренд Habitat. Sainsbury's Bank надає фінансові послуги. Майже вся діяльність у Великобританії, є невелика присутність у Ірландії. Виручка за 2022/23 фінансовий рік склала 34,6 млрд фунтів, з них 6,0 млрд припало на пальне, 21,7 млрд - на продукти харчування, 1,0 млрд - на одяг, 6,0 млрд - на інші товари, 0,5 млрд - на фінансові послуги [58].

3.2.3 Розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію

Проведемо розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю 200 літрів (див. табл. 3.1).

Собівартість меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині складає 73,9 грн за кг. Загальна кількість в контракті – 12000 кг (8000 л - 40 одиниць 200л бочок). Контрактна ціна на умовах DDP м. Питерборо (Великобританія) становить 2,853 GBR за 1 кг. Загальна сума партії 34236,48 GBR.

Повна собівартість партії складає 1 138 329 грн.

$$\begin{aligned} \text{ПС} &= (120 + 84 + 144 + 1680 + 108 + 2184 + 120 + 240 + 120 + 456 + 0,002 \\ &\quad * 12000) * 47,638 + 73,9 * 12000 = 251528,64 + 8868 = 1\,138\,329 \text{ грн} \end{aligned}$$

Розрахуємо ефективність та ефект експортної поставки:

$$EE_{2024} = \frac{1\,630\,957}{1\,138\,329} = 1,433$$

$$E_{2024} = 1\,630\,957 - 1\,138\,329 = 492\,628 \text{ грн}$$

Таблиця 3.1 – Розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю 200 літрів

№	Найменування показника	Значення
1	Собівартість 1 кг, грн	73,9
2	Кількість, кг	12000
3	Середня ціна 1кг, GBR (умова поставки EXW Київ)	2,33
4	Курс	47,638
5	Страховання вантажу, на партію (GBR)	120
6	Вантажні операції, на партію (GBR)	84
7	Митне оформлення в Україні, Послуги ліцензованого митного представника (GBR)	144
8	Автоперевезення м. Київ (Україна) - мп. Гданськ (Gdansk) (Польща), на партію (GBR)	1680
9	Вантажні операції, на партію (GBR)	108
10	Перевезення морським транспортом мп. Гданськ (Gdansk) (Польща) - мп. Філікстоу (Великобританія) (GBR)	2184
11	Вантажні операції на 1 партію (GBR)	120
12	Автоперевезення мп. Філікстоу (Великобританія) – м. Питерборо (Великобританія), на партію (GBR)	240
13	Вантажні операції на партію (GBR)	120
14	Митне оформлення в Великобританії, послуги ліцензованого митного представника (GBR)	456
15	Ввізне мито (GBR)	0
16	Ціна на умовах DDP без урахування коефіцієнта кредитного впливу на 1 кг (GBR)	2,768
17	Коефіцієнт кредитного впливу	0,97087
18	Ціна на умовах DDP з урахуванням коефіцієнта кредитного впливу на 1 кг (GBR)	2,851
19	Витрати на банківські операції на 1 кг (GBR)	0,002
20	Контрактна ціна, на умовах DDP (GBR)	2,853
21	Ефективність експорту	1,433
22	Загальна сума партії, (GBR)	34236,48
23	Загальна сума партії, грн	1 630 957
24	Ефект експорту, грн	492 628

Таблиця 3.2 – Розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію меду квіткового у скляних банках 1л

№	Найменування показника	Значення
1	Собівартість 1 л, грн	116,47
2	Кількість, л	10000
3	Середня ціна 1л, GBR (умова поставки EXW Київ)	3,57
4	Курс	47,638
5	Страшування вантажу, на партію (GBR)	157,12
6	Вантажні операції, на партію (GBR)	148
7	Митне оформлення в Україні, послуги ліцензованого митного представника (GBR)	138
8	Автоперевезення м. Київ (Україна) – мп. Гданськ (Gdansk) (Польща), на партію (GBR)	2240
9	Вантажні операції, на партію (GBR)	182,4
10	Перевезення морським транспортом мп. Гданськ (Gdansk) (Польща) - мп. Філікстоу (Великобританія) (GBR)	2840
11	Вантажні операції на 1 партію (GBR)	246
12	Автоперевезення мп. Філікстоу (Великобританія) – м. Питерборо (Великобританія), на партію (GBR)	280
13	Вантажні операції на партію (GBR)	246
14	Митне оформлення в Великобританії, послуги ліцензованого митного представника (GBR)	384
15	Ввізне мито (GBR)	0
16	Ціна на умовах DDP без урахування коефіцієнта кредитного впливу на 1 л (GBR)	4,256
17	Коефіцієнт кредитного впливу	0,97087
18	Ціна на умовах DDP з урахуванням коефіцієнта кредитного впливу на 1 л (GBR)	4,384
19	Витрати на банківські операції на 1 л (GBR)	0,002
20	Контрактна ціна, на умовах DDP на 1 л (GBR)	4,386
21	Ефективність експорту	1,4
22	Загальна сума партії, (GBR)	43858,37
23	Загальна сума партії, грн	2 089 325
24	Ефект експорту, грн	596 803

Проведемо розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію меду квіткового у скляних банках 1л (див. табл. 3.2).

Собівартість меду квіткового у скляних банках 1л складає 116,47 грн за л. Загальна кількість в контракті – 10000 л. Контрактна ціна на умовах DDP м. Питерборо (Великобританія) становить 4 386 GBR за 1 л. Загальна сума партії 34236,48 GBR.

Повна собівартість партії складає 1 492 521,85 грн.

$$\begin{aligned} \text{ПС} &= (157,12 + 148 + 138 + 2240 + 182,4 + 2840 + 246 + 280 + 246 + 384 \\ &\quad + 0,002 * 10000) * 47,638 + 116,47 * 10000 = 327821,85 + 1164700 \\ &= 1492521,85 \text{ грн} \end{aligned}$$

Розрахуємо ефективність та ефект експортної поставки:

$$EE_{2024} = \frac{2\,089\,325}{1492521,85} = 1,4$$

$$E_{2024} = 2\,089\,325 - 1492521,85 = 596\,803 \text{ грн}$$

Проведемо розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію продуктів бджільництва (набір - конічні свічки з бджолиного воску) (див. табл. 3.3).

Собівартість продуктів бджільництва (набір - конічні свічки з бджолиного воску) складає 142,12 грн за набір. Загальна кількість в контракті – 860 од. Контрактна ціна на умовах DDP м. Питерборо (Великобританія) становить 11,148 GBR за 1 од. Загальна сума партії 9587 GBR.

Повна собівартість партії складає 1 492 521,85 грн.

$$\begin{aligned} \text{ПС} &= (24,58 + 94 + 96 + 1260 + 114,8 + 1548,2 + 127,16 + 216 + 127,16 + 306 \\ &\quad + 0,002 * 860) * 47,638 + 142,12 * 860 = 186532,31 + 122223,2 \\ &= 308755,51 \text{ грн} \end{aligned}$$

Розрахуємо ефективність та ефект експортної поставки:

$$EE_{2024} = \frac{456\,705,65}{308755,51} = 1,48$$

$$E_{2024} = 456\,705,65 - 308\,755,51 = 147\,950 \text{ грн}$$

Таблиця 3.3 – Розрахунок ефективності експортної операції у Велику Британію продуктів бджільництва (набір - конічні свічки з бджолиного воску)

№	Найменування показника	Значення
1	Собівартість 1 од, грн	142,12
2	Кількість, од	860
3	Середня ціна 1од, GBR (умова поставки EXW Київ)	6,27
4	Курс	47,638
5	Страхування вантажу, на партію (GBR)	24,58
6	Вантажні операції, на партію (GBR)	94
7	Митне оформлення в Україні, послуги ліцензованого митного представника (GBR)	96
8	Автоперевезення м. Київ (Україна) – мп. Гданськ (Gdansk) (Польща), на партію (GBR)	1260
9	Вантажні операції, на партію (GBR)	114,8
10	Перевезення морським транспортом мп. Гданськ (Gdansk) (Польща)- мп. Філікстоу (Великобританія) (GBR)	1548,2
11	Вантажні операції на 1 партію (GBR)	127,16
12	Автоперевезення мп. Філікстоу (Великобританія) – м. Питерборо (Великобританія), на партію (GBR)	216
13	Вантажні операції на партію (GBR)	127,16
14	Митне оформлення в Великобританії, послуги ліцензованого митного представника (GBR)	306
15	Ввізне мито (GBR)	0
16	Ціна на умовах DDP без урахування коефіцієнта кредитного впливу на 1 од (GBR)	10,821
17	Коефіцієнт кредитного впливу	0,97087
18	Ціна на умовах DDP з урахуванням коефіцієнта кредитного впливу на 1 од (GBR)	11,146
19	Витрати на банківські операції на 1 од (GBR)	0,002
20	Контрактна ціна, на умовах DDP на 1 од (GBR)	11,148
21	Ефективність експорту	1,48
22	Загальна сума партії, (GBR)	9587
23	Загальна сума партії, грн	456 705,65
24	Ефект експорту, грн	147 950

3.3 Ефективність запропонованого проекту реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна»

Запропоновані рекомендації з використання інновацій в бджільництві на ТОВ «Сан Бі Україна» представлено на рисунку 3.2.

Рекомендації для ведення бізнесу з європейськими покупцями меду наведено на рисунку 3.3.

Зведені результати ефективності запропонованого проекту реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна» представлено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Показники ефективності запропонованого проекту реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна»

№ п/п	Показники	Значення		Відхилення	
		Фактичні 2022 р.	Проектні 2024 р.	Абсол., +/-	Відн., %
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	3121	7297,99	4176,99	233,83
2	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	2088,6	5028,21	2939,61	240,75
3	Валовий прибуток, тис. грн.	1032,4	2269,78	1237,38	219,85
4	Чистий прибуток, тис. грн.	1566	2580,65	1014,65	164,79
5	Ефективність експорту до Великобританії		1,4 -1,48		

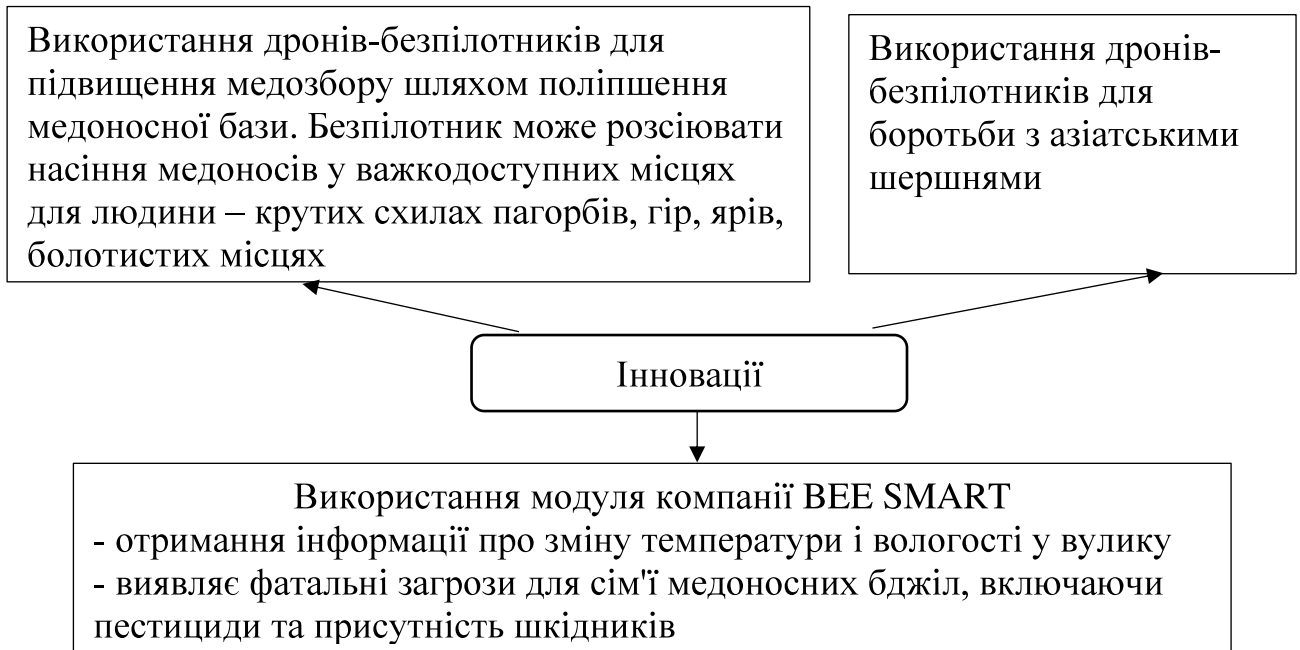


Рисунок 3.2 – Рекомендації з використання інновацій в бджільництві на ТОВ «Сан Бі Україна»



Рисунок 3.3 – Рекомендації для ведення бізнесу з європейськими покупцями меду

За рахунок нових контрактів на постачання у Велику Британію меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках, меду квіткового у скляних банках та продуктів бджільництва чистий дохід ТОВ «Сан Бі Україна» за проектом на 2024 рік зросте на 4176,99 тис.грн, собівартість збільшиться на 2939,61 тис.грн.

Валовий прибуток ТОВ «Сан Бі Україна» за проектом зросте на 1237,38 тис. грн., чистий прибуток збільшиться на 1014,65 тис. грн. Ефективність експорту становитиме, в середньому, 1,42.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі магістра поставлено та вирішено актуальне завдання теоретичного обґрунтування та розробки практичних рекомендацій щодо управління експортним потенціалом ТОВ «Сан Бі Україна».

Одержані результати дозволили зробити такі висновки.

Розглянуто експортний потенціал підприємства як складову економічного потенціалу, що включає в себе можливість виробляти експортоорієнтовану продукцію зі стандартами відповідності, яка призначена для реалізації на зарубіжних ринках та отримання прибутку та показано, що експортний потенціал підприємства – це обсяг конкурентоздатної продукції, що потребує зовнішній ринок та яку можуть виробити та реалізувати господарюючі суб'єкти в поточних ринкових умовах.

Встановлено, що галузь бджільництва володіє достатнім експортоутворюючим потенціалом, відповідає вимогам глобального попиту та спроможна забезпечити світовий ринок глобальним продуктом, враховуючи такі аргументи: Україна входить до п'ятірки найбільших виробників меду за обсягом валового виробництва і рівнем споживання; продукція визнана на світовому ринку за якісними і смаковими характеристиками; існує високий глобальний попит на якісний натуральний мед та іншу продукцію бджільництва; ніша на зовнішніх ринках відносно вільна; світовий ринок продукції бджільництва продовжує розвиватися, основний акцент робиться на чисту (органічну) й якісну продукцію; продукція бджільництва України має конкурентні переваги і спроможна стати глобальним продуктом.

Під глобальним агропродовольчим продуктом розуміємо сукупність параметричних характеристик продукції певної галузі з урахуванням особливостей країни походження, що уніфіковані й стандартизовані та відповідають глобальним потребам споживачів.

ТОВ «Сан Бі Україна» займається виробництвом, переробкою та

фасуванням меду з подальшою реалізацією. Основна місія - донести цінність та корисність меду споживачу, а це неможливо втілити без дотримання високої якості продукції.

Визначення «мед» може мати лише той продукт, що відповідає усім вимогам якості та безпечності, які відрізняються від українського ДСТУ 4497:2005 «Мед натуральний. Технічні умови». Вимоги ЄС до меду зафіксовані у Директиві Ради №2001/110/ЄС, яка встановлює європейські вимоги до стандартів якості та маркування меду.

Дослідження стану та перспектив розвитку ринку меду встановило:

- розмір глобального ринку меду оцінюється в 8,17 млрд. дол. США у 2021 році, очікується зростання до 12,69 млрд. дол. у 2029 р., тобто в півтора рази за 7 років, при середньорічних темпах росту ринку 5,83% - цей показник вищий від росту національного продукту в багатьох країнах, причина - зростання попиту на органічні та здорові альтернативи цукру, що стимулює зростання ринку меду;

- бджільництво – важлива складова аграрної галузі України, український мед користується стабільним попитом, з роками нарощує свій потенціал;

- в Україні в цілому зростає виробництво меду, в 2022 році - 105 тис.т;

- понад 90% продукту виробляють господарства населення;

- в Україні зросло споживання меду на 1 особу до понад 1 кг, але це менше від норми в 2,5 кг;

- найбільший медозбір забезпечують регіони, які мають великі посівні площі під соняшником, на цей мед припадає найбільша частка виробництва;

- для аграріїв в 2022-2023 рр. соняшник не був пріоритетною культурою;

- з початком війни саме ті області України, де найбільш розвинуте бджільництво, зазнали шкоди через бойові дії або ж потрапили під тимчасову окупацію та заборону перебування у лісі тощо;

- прогнозується, що в 2023 році буде зібрано на 30% менше меду;

- за час війни в українському бджолярстві дуже виросла залежність від компонентів, необхідних для виробництва, додалися додаткові ризики - інфляція, курсова різниця, здорожчання логістики, неможливість застрахувати медовий

бізнес, що збільшує собівартість виробництва, подорожчала сировина для виробництва тари для розфасовки меду - скло, картон, папір, фарба;

- експорт меду з України у 2006-2010 рр. був невеликий – 3 - 7 тис. т/рік;

- найуспішнішим для українських експортерів був 2020 рік (експортовано 81,1 тис. тонн меду);

- суттєво зросла і кількість українських експортерів меду – з 2-3 компаній у 2006 році до понад 70 на сьогодні;

- найбільше українського меду екпортується до країн ЄС - до Німеччини (27,13%), Польщі (18,45%), до десятки найбільших країн, куди екпортується український мед, входять США;

- в даний час український мед митом не обкладається, Україна фактично отримала можливість конкурентного експорту меду до ЄС, якщо порівнювати з довоєнним режимом квотованих поставок, що дозволить компаніям охопити більшу аудиторію покупців по всій території Євросоюзу, підвищити пізнаваність своїх брендів, та збільшити валютну виручку;

- всього в світі налічується близько 80 млн. бджолосімей, які виробляють приблизно 1,6 млн. т меду, половина від цієї кількості екпортується, середній медозбір в світі - близько 20 кг/сім'ю, в Україні приблизно 5% від світової популяції бджіл (4 млн.);

- Китай позиціонує себе як найбільшого у світі виробника і експортера меду проявляючи агресивну активність, медозбір близько 500 тис. т;

- найбільшим імпортером меду є США, в 2022 р. імпорт досяг 300 тис. т і продовжує зростати, США не закуповують мед Китаю, бо вважають, що - це фальсифікат, і його імпорт заборонений, за рахунок власного виробництва свої потреби по меду США задовольняють тільки на 25%;

- зростання цін на мед в світі є наслідком тривалої боротьби з фальсифікацією меду на глобальному рівні і антидемпінговими заходами на ринку США;

- значну роль в регулюванні ринку меду грає Апімондія (міжнародна федерація бджільницьких об'єднань), яка об'єднує науковців, фахівців і

бджолярів та вирішує питання щодо нових методів тестування меду, боротьби з фальсифікацією і перемитненням меду, застосування антидемпінгового мита;

- результати досліджень якісного складу меду в акредитованих лабораторіях, статистичні дані торговельних операторів свідчать, що проблема харчового шахрайства з медом поширена у глобальному масштабі, мед посідає третє місце за кількістю фальсифікацій у світі – після молока й оливкової олії;

- розслідування ЄС показало, що майже половина меду, імпортованого до ЄС, може бути «фальсифікованою», а 60% - з домішками сторонніх цукрів;

- середня ціна реалізації українського меду за 1 півріччя 2023 р. - \$2,4 за 1 кг, що на 18% менше, ніж у відповідному періоді 2022 року;

- відбувається рух до розвитку культури споживання меду, кращого розуміння цього продукту споживачем, які все більше зацікавлені в різноманітності харчування і шукають більш корисні альтернативи цукру;

- тенденція зростання споживчого попиту на український мед на зовнішніх ринках дозволяє зробити висновок відносно подальших значних перспектив України на світовому ринку меду і продуктів бджільництва.

Аналіз показників діяльності ТОВ «Сан Бі Україна» встановив:

- у 2019 році чистий дохід був найбільший 49411,3 тис.грн і потім постійно знижувався, у 2022 році зменшення становило 16%;

- у 2020 та 2021 рр. отримано збиток - 15 тис.грн та 2294 тис.грн відповідно, у 2022 році отримано чистий прибуток 1566 тис.грн.;

- коефіцієнт абсолютної ліквідності постійно дуже низький, в 2022 р. дорівнює 0,002, коефіцієнт швидкої ліквідності вище рекомендованих меж - 1,59 в 2020 р., коефіцієнт загальної ліквідності з 2020 р. більше 1, значення цього показника є достатні, якщо порівнювати з критичним значенням (1), але якщо порівнювати з теоретичним значенням (2), то тільки у 2022 році цей показник є високим і становить 1,816.

Аналіз експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна» встановив:

- протягом 2019-2022 рр. зменшується реалізація на внутрішньому ринку та реалізація на експорт, у 2022 році експорт був відсутнім;

- найбільшу частку у структурі експорту у всіх роках становить продаж меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках (41% у 2019 році, 53% у 2020 році та 74% у 2021 році), відбувається зниження частки інших груп;

- максимальна частка експортної продукції реалізовувалася у росію і тільки починаючи з 2021 року експорт до цієї країни не здійснювався;

- у 2021 році відбулося значне зменшення розмірів експортної виручки, становила тільки 5,8% від 2020 року (індекс вартості), при цьому відбулося збільшення цін на 35,3% і зменшення фізичного обсягу експорту – на 4,3% від показника 2020 року, в межах товарної групи підвищилася частина більш дорогих товарів за рахунок зниження частини дешевих товарів, що показує значення індексу кількісної структури більше за 1;

- за результатами факторного аналізу зменшення середньої суми одного експортного контракту на 203,85 тис. грн призвело до зменшення експортної виручки на 2853,6 тис. грн, зменшення середньої кількості контрактів на одного покупця на 14,29% вплинуло на зменшення експортної виручки на 153 тис. грн, зменшення кількості покупців на 9 контрагентів призвело до зменшення експорту на 687,3 тис. грн, вплив усіх факторів привів до зменшення експорту на 3694 тис. грн в 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Ефективність експортної діяльності ТОВ «Сан Бі Україна» розглянуто на прикладі продажу меду квіткового, умови експортного контракту FOB, Україна м. Одеса (в редакції INCOTERMS 2020), форма розрахунку – відстрочка платежу 1 місяць. Показник ефективності експорту в 2020 р. та в 2021 р. більший за 1, ефект більше 0, що говорить про ефективність угоди. Але ефективність зменшується у 2021 році в порівнянні з 2020 роком – відповідно 1,099 та 1,235. Експорт за своєю ефективністю вище ніж реалізація на внутрішньому ринку.

Запропоновано заходи з реалізації експортного потенціалу ТОВ «Сан Бі Україна»: використання інновацій в бджільництві; вихід на ринок Європи; рекомендації для ведення бізнесу з європейськими покупцями меду.

Запропоновано використання дронів-безпілотників для підвищення медозбору шляхом поліпшення медоносної бази та для боротьби з азійськими

шершнями. Безпілотник може розсіювати насіння медоносів у важкодоступних місцях для людини – крутих схилах пагорбів, гір, ярів, болотистих місцях. Вартість дрона Drone Volt Hercules 10 в повній комплектації - 8973 євро.

Запропоновано використання модуля компанії BEE SMART з метою отримання інформації про зміну температури і вологості у вулику та виявлення фатальних загроз для сім'ї медоносних бджіл, включаючи пестициди та присутність шкідників. Пристрій дозволяє отримувати дані дистанційно, від вуликів на дальній точці або у несприятливих погодних умовах для огляду – дощ, вітер, сніг, холод тощо. Датчики з вуликів підключені до мобільного пристрою, який є простим у використанні. Завдяки цьому бджоляр може будь-коли отримати своєчасну інформацію, щоб вжити швидких і адекватних заходів.

За даними виробників та результатами практичного застосування в порівнянні з традиційними вуликами, використання модуля компанії BEE SMART знижує смертність бджіл на 80%, що призводить до збільшення медозбору не менше ніж на 50%, при цьому потреба у ручній праці знижується приблизно на 90%. Вартість модулів компанії BEE SMART разом з роботою по встановленню – 20500 євро.

Рекомендації з виходу на ринок Європи, по-перше, передбачають сертифікацію продукції: кожна партія меду має відповідати вимогам безпеки харчових продуктів ЄС. Підприємства, де виробляється та фасується мед, проходить ретельну перевірку регіональною ветеринарною службою. Також необхідно отримати міжнародний ветеринарний сертифікат на експорт меду з України та інших продуктів бджільництва за формою, визначеною Регламентом ЄС No2016/759. Усі потенційні покупці продукції бджолярів виставили умови наявності сертифікатів харчової промисловості, серед них: IFC, BRC, ISO 22000 та FSSC 22000. Також необхідно отримати сертифікат EUR.1, якій підтверджує, що товар вироблено в Україні, та дає право на митне очищення вантажу з використанням преференційної ставки мита, тим самим знижуючи його вартість для одержувача. При перетині кордону партія меду має пройти перевірку ветеринарною службою.

ТОВ «Сан Бі Україна» пропонується у 2024 році налагодити експорт у Великобританію, яка у відповідь на агресію зі сторони Росії, прийняла рішення у 2022 році скасувати всі мита та квоти на українські товари.

Рекомендуємо налагодження відносин з експорту меду та виробів продуктів бджільництва з Sainsbury's - британською компанією, що управляє другою найбільшою роздрібною мережею у Великій Британії після Tesco. У 2023 році частка 15% (у Tesco - 27%).

Проведено розрахунки ефективності експортної операції у Велику Британію: меду квіткового у металевих (циліндричних) бочках із знімною кришкою та харчовим емальованим покриттям всередині ємністю 200 літрів (ефективність та ефект експортної поставки 1,433 та 492268 грн відповідно), меду квіткового у скляних банках 1л (ефективність та ефект експортної поставки 1,4 та 596803 грн відповідно), продуктів бджільництва - набір конічні свічки з бджолиного воску (ефективність та ефект експортної поставки 1,48 та 147950 грн відповідно). Умови поставки DDP, здійснюється автоперевезення - м. Київ (Україна) до мп. Гданськ (Польща), далі перевезення морським транспортом до мп. Філікстоу (Великобританія), потім автоперевезення до м. Питерборо (Великобританія).

Запропоновано рекомендації для ведення бізнесу з європейськими покупцями меду: переконатися, що компанія відповідає законодавчим та специфічним для покупця вимогам до якості; якість комунікації так само важлива, як і якість меду, що постачається; мати чітку цінову та платіжну політику; розуміти своїх клієнтів та їхній ринок; створити історію продукту компанії та бренду; бути професійним у процесі відправки зразків; створювати додаткову цінність для своїх клієнтів; інвестувати у відносини з клієнтами; долучатися до національних та міжнародних галузевих платформ.

Ефективність запропонованого проекту заходів для ТОВ «Сан Бі Україна» на 2024 рік: чистий дохід підприємства зросте на 4176,99 тис.грн, чистий прибуток збільшиться на 1014,65 тис. грн, ефективність експорту становитиме 1,4 -1,48.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Мельник О. Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 226–231. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-1_0-pages-226_231.pdf (дата звернення: 10.10.2023).
2. Хомич О. В., Манаєнко І. М. Розвиток експортного потенціалу підприємства на європейському ринку FMCG в умовах ризиків. *Проблеми економіки*. 2020. № 3 (45), С. 133–138. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-3_0-pages-133_138.pdf (дата звернення: 10.10.2023).
3. Фат'янов Д.В. Методичне забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. 2022. № 16. С. 42–50. URL: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-05> (дата звернення: 10.10.2023).
4. Касич А. О., Бабич Ю. А. Зовнішній аспект аналізу експортного потенціалу металургійних підприємств України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 26–31. DOI: [10.32702/2306-6814.2020.3.26](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.3.26) (дата звернення: 10.10.2023).
5. Задорожна І. В., Задорожний А. І. Теоретичні підходи до формування механізму управління експортним потенціалом лісгосподарського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 35. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/1094-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1050-1-10-20220222.pdf> (дата звернення: 14.10.2023).
6. Касич А.О., Циган Р.М., Назаренко К.І. Стратегія управління експортним потенціалом підприємств важкого автомобілебудування. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>

(дата звернення: 14.10.2023).

7. Федотова Ю.В. Сутність та кількісна оцінка експортного потенціалу підприємства. *Науковий погляд: економіка та управління* 2021. № 4 (74). С.47–53. URL: http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2021/4_74_2021/9.pdf

(дата звернення: 14.10.2023).

8. Пирог О. В., Зацепило А. І. Оцінка експортного потенціалу регіонів України. *Економічний простір*. 2019. № 24. С. 144–152.

9. Байдала Н. М. Принципи розвитку експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 7. С. 91–94.

10. Степаненко С.В., Коліберда П.В. Розробка й впровадження механізму підвищення експортного потенціалу підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2018. Том 3. № 4. С. 225–232. URL: <http://ujae.org.ua/en/development-and-implementation-of-the-mechanism-of-enterprise-exports-potential-increasing/> (дата звернення: 19.10.2023).

11. Шестакова О.А. Методологічні аспекти формування механізму управління розвитком експортного потенціалу машинобудівного підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2017. Том 2. Випуск 1. С. 137–145.

12. Яценко О. М. Отримання конкурентної переваги за рахунок створення глобальних продуктів (на прикладі меду натурального). *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 15. С. 170–180. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/15_2_2017ua/40.pdf

(дата звернення: 19.10.2023).

13. Яценко О. М. Конкурентоспроможність галузей сільського господарства в умовах глобалізації ринку продовольства. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/5493/11_Yatsenko.pdf?sequence=1

(дата звернення: 19.10.2023).

14. Дудар Т. Багаторівневе стратегічне планування в системі інституційних механізмів управління в Україні. *Вісник Економіки* 2020. № 2, С. 36–49. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1101/1206>

(дата звернення: 19.10.2023).

15. Загальний огляд впровадження стандартів з якості та безпеки харчових продуктів. URL:

https://mediafra.admiralcloud.com/customer_609/37c01401-f85b-4adc-8d58-2dc2eedb5421?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%22Book_06.04.pdf%22&Expires=1693771739&Key-Pair-Id=K3XAA2YI8CUDC&Signature=U9cR9n6-quvXOW-qCKmNk4E6q0PuUvXvfr3GTxfU3q2GbI2yTI7Y2gI3iwjdzgkvkZfYXG8fFDMRaUaJJo3ZljoPszsyWpoA65QsFUsXwsbo0IzMvAOw7jRah2CtEKe9LyVscAfJP2w5-G03rtJprriA7Q6hR2JslH-~ZG-rb1Fm72cV6Ni9UhW7OV5VitfqcKacfmwOuswsm-nC4D0pI8-DYblLNjkd0kIK9PIQyKBExy1uObZQJJm-s~AmDeYdnkoc~YWnQRc4IJidd6qJwHvf8g2m7t-tpHop4rj5PmXTuFAB4J74ttio3mz5sNajiIs7zKZVRIqiYH713KmQg

(дата звернення: 02.10.2023).

16. Youcontrol. Повне досьє на кожну компанію України. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/33020893/ (дата звернення: 03.08.2023).

17. Офіційний сайт ТОВ «Сан Бі Україна». URL: <http://sunbee.ua/> (дата звернення: 03.08.2023).

18. Ініціатива True Source Honey. URL: <https://truesourcehoney.com/true-source-certified/> (дата звернення: 03.08.2023).

19. Галімов С.М. Технологія виробництва продукції бджільництва : курс лекцій. Миколаїв: МНАУ, 2019. 107 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5809/1/Bdzhilnytstvo_Halimov.pdf (дата звернення: 03.08.2023).

20. Лазарева Л. М., Ковтун В. А., Штангрет Л. І Аналіз показників якості меду західного регіону України. URL: http://www.jvm.kharkov.ua/sbornik/101/2_15.pdf (дата звернення: 16.08.2023).

21. Вимоги ЄС до меду. URL: <https://export.gov.ua/good/review/5> (дата звернення: 16.08.2023).

22. Зелена книга регулювання ринку меду. URL: https://cdn.regulation.gov.ua/a7/04/52/e5/regulation.gov.ua_%D0%A0%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%83%20%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%83.pdf (дата звернення: 16.08.2023).

23. Вініченко С. А. Умови функціонування і розвитку підприємств на ринку продукції бджільництва. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5, С. 95–102. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-52-15.pdf> (дата звернення: 16.08.2023).

24. Війна та відсутність медоносів скоротили виробництво меду в Україні. URL: <https://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/viyna-ta-vidsutnist-medonosiv-skorotili-virobnictvo-medu-v-ukrajini> (дата звернення: 16.08.2023).

25. Росія не відніме в Україні статус медової країни. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/09/1/690633/> (дата звернення: 10.09.2023).

26. Український мед в ЕС: чи є перспективи в експортної експансії під час війни. URL: <https://delo.ua/business/ukrayinskii-med-v-es-ci-je-perspektivi-v-ekspornoji-ekspansiyi-pid-cas-viini-419277/> (дата звернення: 10.09.2023).

27. Глобальний ринок меду: виклики для українських експортерів. URL: <https://ukrainefood.org/2019/10/hlobalnyj-rynok-medu-vyklyky-dlia-ukrainskykh-eksporteriv/> (дата звернення: 10.09.2023).

28. Які виклики готує українським експортерам меду глобальний ринок. URL: <https://www.seeds.org.ua/yaki-vikliki-gotuye-ukra%D1%97nskim-eksporeram-medu-globalnij-rinok/> (дата звернення: 10.09.2023).

29. Мед – третій продукт за кількістю фальсифікацій у світі. URL: <https://landlord.ua/news/med-tretii-produkt-za-kilkistiu-falsyfikatsii-u-sviti/> (дата звернення: 10.09.2023).

30. Медова еволюція: як вивести бджолярство «з тіні» та повернути лідерство в експорті. URL:

<https://www.epravda.com.ua/publications/2019/04/5/646660/>

(дата звернення: 10.09.2023).

31. Олія, мед, горілка. Топ українських продуктів, які підкорили світ. URL: <https://thepage.ua/ua/business/top-10-najpopulyarnishih-ukrayinskiyih-produktiv-med-gorilka-oliya-pshenicya> (дата звернення: 10.09.2023).

32. Як фальсифікують мед? URL: <https://agroexpert.ua/iak-falsyfikuiut-med/> (дата звернення: 18.09.2023).

33. Фальсифікація привела до різкого падіння попиту на мед. URL: <https://pasika.pp.ua/multimedia/news-beekeeping/item/861-the-rigging-led-to-a-sharp-drop-in-demand-for-honey.html> (дата звернення: 18.09.2023).

34. Сусол Н., Приставська Н. Оцінка рівня вразливості меду натурального до фальсифікацій. URL: <https://nvlvet.com.ua/index.php/conferences/article/view/4832/4944> (дата звернення: 18.09.2023).

35. На порозі голоду: як війна проти України вплине на продовольчу безпеку світу. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/viyna-v-ukrajini-2022-yak-viyna-vpline-na-prodovolchu-bezpeku-svitu-novini-11785494.html> (дата звернення: 18.09.2023).

36. Чому український мед втрачає позиції на європейському ринку: дослідження. URL: https://investment.24tv.ua/chomu_ukrayinskiy_med_vtrachaye_pozitsiyi_na_yevropeyskomu_rinku_doslidzhennya_n1060070 (дата звернення: 18.09.2023).

37. Драйвери ринку меду в Україні: експортер чи внутрішній споживач? URL: <https://www.info.shuvar.com/news/1743/Drayvery-rynku-medu-v-Ukrayini-importer-chy-vnutrishniy-spozhyvach> (дата звернення: 18.09.2023).

38. Агроіндустрія меду. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/23181-ahroindustriia-medu.html> (дата звернення: 18.09.2023).

39. Український мед: «Споживай крафтово». URL: <https://www.growhow.in.ua/ukrains-kyu-med-spozhyvay-kraftovo/>

(дата звернення: 21.09.2023).

40. Луців Н., Жолинська Г., Сеник Л. Ринок меду натурального. *Товари і ринки*. 2020. №4. С. 43–56. URL: <http://tr.knute.edu.ua/files/2020/04/06.pdf> (дата звернення: 21.09.2023).

41. За пів року Україна експортувала 25 тис. т. меду. URL: <https://landlord.ua/news/za-piv-roku-ukraina-eksportovala-25-tys-t-medu/> (дата звернення: 21.09.2023).

42. Міжнародний ринок меду станом на жовтень 2022 року. URL: <https://gornich.com.ua/post/mizhnarodnyi-rynok-medu-standom-na-zhovten-2022-roku> (дата звернення: 02.10.2023).

43. Перші В Європі. Як український мед завойовує світ та що з ним не так. URL: https://tvoemisto.tv/exclusive/pershi_v_yevropi_yak_ukrainskyy_med_zavoyovuie_s_vit_ta_shcho_tut_ne_tak_101141.html (дата звернення: 02.10.2023).

44. Про бджільництво: закон України від 22.02.2000 № 1492-III//Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 02.10.2023).

45. Отенко І. П., Азаренков Г. Ф., Іващенко Г. А. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 156с. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Otenko_Iryna/Finansovy_i_analiz.pdf (дата звернення: 30.09.2023).

46. Варяниченко О.В. Конспект лекцій з дисципліни «Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства» галузь знань 07 Управління і адміністрування спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Дніпро : НТУ «ДП», 2020. 58 с. URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=1959> (дата звернення: 18.10.2023).

47. Порадник з Інкотермс 2020. URL: https://do.nmu.org.ua/pluginfile.php/397729/mod_resource/content/1/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%B7%20%D0%86%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%81%202020.pdf (дата звернення: 27.10.2023).

48. Банківські кредити для розвитку бізнесу в Україні. URL: <https://dia.dp.gov.ua/ru/bankovskie-kredity-dlya-sozdaniya-i-razvitiya-biznesa-v-ukraine-na-2020-god/> (дата звернення: 04.11.2023).

49. Офіційний сайт компанії Drone Volt. URL: <https://www.dronevolt.com/en/> (дата звернення: 04.11.2023).

50. DRONE VOLT deploys the SPRAY HORNET for the eradication of the Asian hornet. URL: <https://www.suasnews.com/2016/06/43928/> (дата звернення: 04.11.2023).

51. Drone Volt Hercules 10 Drone. URL: <https://shalomcamera.com/commercial-professional-drones/90-drone-volt-hercules-10-drone.html>. (дата звернення: 04.11.2023).

52. Офіційний сайт компанії BEE SMART. URL: <https://www.besmart.by/> (дата звернення: 04.11.2023).

53. Вулик – все про бджіл та бджільводство. Система моніторингу бджілосім'ї. URL: <https://ylejbees.com/pchelovodstvo-v-mire/1840-sistema> (дата звернення: 04.11.2023).

54. Огляд ринку: світові тренди для виробників меду. URL: <https://www.cci.zp.ua/oglyad-rynku-svitovi-trendy-dlya-vyrobnykiv-medu/> (дата звернення: 17.11.2023).

55. Особливості організації експорту меду з України. URL: <https://www.cargosupport.com.ua/osobennosti-organizaczii-eksporta-myoda-iz-ukrainy/> (дата звернення: 17.11.2023).

56. Британія скасували квоти та мито на українські товари. URL: <https://ru.krymr.com/a/news-britaniya-quty-i-poshliny/31821233.html> (дата звернення: 17.11.2023).

57. Офіційний сайт компанії Sainsbury's. URL: <https://www.sainsburys.co.uk/> (дата звернення: 19.11.2023).

58. Sainsbury's. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Sainsbury%27s> (дата звернення: 19.11.2023).

59. Швець В.Я., Варяниченко О.В. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Дніпро: НТУ «ДП», 2021. 33с. URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2484> (дата звернення: 05.09.2023).

60. Швець В.Я., Трифонова О.В., Барабан О.А. Вимоги до оформлення кваліфікаційних робіт бакалаврів та магістрів спеціальності «Менеджмент». Дніпро: НТУ «ДП», 2018. 15 с.