

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра логістики

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри логістики
Григорак М.Ю.
(підпис, П.І.Б)
«4» червня 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ

«БАКАЛАВР»

ТЕМА: «Логістична підтримка продажів продукції агропромислової компанії»

зі спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва)
освітньо-професійна програма «Логістика»
(шифр і назва)
форма навчання денна

Виконавець: Носенко Вадим Віталійович
(прізвище, ім'я та по батькові) (підпис, дата)

Науковий керівник: Гармаш О.М.
(прізвище та ініціали) (підпис, дата)

Нормоконтролер: Кабан Н.Д.
(прізвище та ініціали) (підпис, дата)

Київ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра логістики

Освітнього ступеня бакалавр
Форма навчання денна
Спеціальність 073 «Менеджмент»
(шифр: найменування)
Освітньо-професійна програма «Логістика»
(шифр: найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри логістики
Григорак М.Ю.
(підпис, П.І.Б.)
« 17 » травня 2021 р.

ЗАВДАННЯ

НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Носенка Вадима Віталійовича
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема дипломної роботи: «Логістична підтримка продажів продукції агропромислової компанії» затверджена наказом ректора від 28 квітня 2021 р. № 679/ст.
2. Термін виконання роботи: з 17.05.2021 р. по 06.06.2021 р. та з 14.06.2021 р. по 20.06.2021 р.
3. Дата подання роботи на випускню кафедру 04.06.2021 р.
4. Вихідні дані до проекту: загальна та статистична інформація ТОВ «Кернел-Груп», економічно-фінансові показники діяльності компанії «Кернел-Трейд», літературні джерела з організації та управління логістичною підтримкою збуту агропромислової продукції, інтернет-джерела.
5. Зміст пояснювальної записки: теоретичні підходи до управління збутом продукції агропромислових компаній; застосування логістики в діяльності агропідприємств; специфіка логістичної підтримки збуту агропромислової продукції; аналіз діяльності ТОВ «Кернел-Груп»; аналіз світового ринку соняшникової олії; аналіз основних економічних показників компанії «Кернел-Трейд»; виявлення можливостей покращення процесу збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд»; розробка рекомендацій щодо вдосконалення доставки проданої продукції; розрахунок економічного ефекту від проектних пропозицій.
6. Перелік обов'язкового графічного матеріалу: таблиці, діаграми, графіки, схеми, що ілюструють теперішній стан проблеми та методи їх вирішення.

7. Календарний план – графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1	2	3	4
1.	Вивчення та аналіз наукових статей, літературних джерел, нормативно-правової документації, підготовка першого варіанту вступу та теоретичного розділу	17.05.21-20.05.21	виконано
2.	Збір статистичних даних, проведення хронометражу, виявлення слабких місць, підготовка першого варіанту аналітичного розділу	21.05.21-24.05.21	виконано
3.	Розробка проектних пропозицій та їх організаційно-економічне обґрунтування, підготовка першого варіанту проектного розподілу та висновків	25.05.21-29.05.21	виконано
4.	Редагування перших варіантів та підготовка остаточного варіанта дипломної роботи, перевірка у нормоконтролера	30.05.21-01.06.21	виконано
5.	Узгодження роботи з науковим керівником, одержання відгуку наукового керівника, одержання внутрішньої та зовнішньої рецензій, довідки про успішність	02.06.21-03.06.21	виконано
6.	Подання дипломної роботи на кафедру логістики	04.06.21	виконано

Студент _____
(підпис)

Керівник дипломної роботи _____
(підпис)

8. Консультанти з окремих розділів роботи:

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	доц. Гармаш О.М.	17.05.21	17.05.21
Розділ 2	доц. Гармаш О.М.	21.05.21	21.05.21
Розділ 3	доц. Гармаш О.М.	25.05.21	25.05.21

9. Дата видачі завдання «17» травня 2021 р.

Керівник дипломної роботи: _____ Гармаш О.М.
(підпис керівника) (П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання: _____ Носенко В.В.
(підпис випускника) (П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Загальний обсяг пояснювальної записки до дипломної роботи на тему «Логістична підтримка продажів продукції агропромислової компанії» складає 88 сторінок та містить 28 рисунків, 19 таблиць, 53 використаних джерела.

ЛОГІСТИЧНА ПІДТРИМКА, АГРОПРОМИСЛОВА КОМПАНІЯ, РИНОК СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ, ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ОЛІЙНО-ЖИРОВА ПРОДУКЦІЯ, ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ

В теоретичному розділі дипломної роботи було досліджено теоретичні підходи до управління збутом продукції агропромислових компаній, застосування логістики в діяльності агропідприємств, а також специфіку логістичної підтримки збуту агропромислової продукції.

В аналітичному розділі дипломної роботи був проведений аналіз діяльності ТОВ «Кернел-Груп» на ринку України, аналіз світового ринку соняшникової олії та аналіз основних економічних показників компанії «Кернел-Трейд».

В проектному розділі дипломної роботи були виявлені можливості покращення процесу збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд» та розроблені рекомендації щодо вдосконалення доставки проданої продукції. Також були проведені розрахунки економічної ефективності проектних пропозицій.

Матеріали дипломної роботи рекомендуються використовувати під час проведення наукових досліджень, у навчальному процесі та в практичній діяльності фахівців логістичних підрозділів.

ABSTRACT

The total volume of the explanatory note for the thesis «Logistical support of sales of agro-industrial company products» is 88 pages and contains 28 figures, 19 tables and 53 sources used.

LOGISTICS SUPPORT, AGRO-INDUSTRIAL COMPANY, SUNFLOWER OIL MARKET, SALES ACTIVITY, OIL AND FAT PRODUCTS, ECONOMIC EFFECT

In the theoretical section of the thesis the theoretical approaches to sales management of agro-industrial companies, the use of logistics in the activities of agricultural enterprises, as well as the specifics of logistics support for sales of agro-industrial products were studied.

In the analytical section of the thesis was an analysis of the activities of LLC "Kernel Group" in the Ukrainian market, analysis of the world market of sunflower oil and analysis of the main economic indicators of the company "Kernel-Trade".

In the project section of the thesis were identified opportunities to improve the distribution of oil and fat products of the company "Kernel-Trade" and developed recommendations for improving the delivery of sold products. Also, calculations of the economic efficiency of project proposals were carried out.

Materials of the thesis are recommended for use during scientific research, in the educational process and in the practical work of specialists of logistics departments.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	7
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ ПРОДАЖІВ ПРОДУКЦІЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ КОМПАНІЇ	11
1.1 Теоретичні підходи до управління збутом продукції агропромислових компаній	11
1.2 Застосування логістики в діяльності агропідприємств	14
1.3 Специфіка логістичної підтримки збуту агропромислової продукції ...	20
1.4 Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КЕРНЕЛ-ГРУП» НА АГРОПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	26
2.1 Загальна характеристика ТОВ «Кернел-Груп»	26
2.2 Аналіз світового ринку соняшникової олії	38
2.3 Аналіз основних економічних показників компанії «Кернел-Трейд»	47
2.4 Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3 ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД» ЗА РАХУНОК ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ ПРОДАЖІВ ОЛІЙНО- ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	55
3.1 Виявлення можливостей щодо покращення управління збутом олійно- жирової продукції компанії «Кернел-Трейд»	55
3.2 Рекомендації щодо вдосконалення доставки проданої продукції	62
3.3 Розрахунок економічного ефекту від проектних рекомендацій	68
3.4 Висновки до розділу 3	78
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АПК	– агропромисловий комплекс;
АСС	– Американська торгівельна палата;
ЕВА	– Європейська бізнес-асоціація;
ЗЗР	– засоби захисту рослин;
ЗПП	– запірно-пломбувальний пристрій;
МР	– маркетинговий рік;
ОЕЗ	– олійно-екстракційний завод;
ПММ	– паливно-мастильні матеріали;
ТЕО	– техніко-економічне обґрунтування;
ТОВ	– товариство з обмеженою відповідальністю;
УЗА	– Українська Зернова Асоціація;
ФР	– фінансовий рік;
GAFTA	– Міжнародна Асоціація Торгівлі Зерном та Кормами;
FOSFA	– Федерація Асоціацій торгівлі олійними культурами, насінням та жирами;
EBITDA	– аналітичний показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування;
NPV	– чиста поточна вартість;
SaaS	– програма як послуга.

ВСТУП

Стан аграрного ринку і шляхи забезпечення продуктами харчування – актуальні проблеми для більшості країн світу, у тому числі і для України. На формування вказаного ринку великий вплив робить соціально-економічна і політична ситуація, що склалася, в країні, і це головним чином виражається в стані галузей економіки і сільського господарства. Однією з галузей сільськогосподарського виробництва, що швидко розвиваються та є здатною суттєво впливати на стан продовольчого ринку, є виробництво зернових і олійних культур.

Нагромаджені за останнє десятиліття проблеми в агропромисловому комплексі (АПК) України вимагають системного, комплексного підходу до їх розв'язання, включаючи заходи економічної, соціальної, екологічної та науково-технічної політики держави. Поряд із традиційними засобами і методами виведення вітчизняного сільського господарства з кризи, підвищується роль і значення нових для вітчизняної економіки інструментів господарювання, включаючи логістику. Логістика є інструментом раціонального використання ресурсів, скорочення витрат часу і грошей на шляху доведення продукції до споживачів. Можливості логістики в підвищенні ефективності процесів закупівлі, транспортування, зберігання і розподілу матеріальних потоків визнані в усьому світі і використовуються в усіх сферах людської діяльності, у тому числі і в сільському господарстві. В Україні аграрна логістика почала активно розвиватися нещодавно, але бізнес уже повною мірою оцінив роль і високу ефективність логістики.

Основним фактором подальшого стійкого розвитку вітчизняного аграрного ринку і забезпечення продовольчої безпеки країни повинне стати формування ефективних господарських зв'язків між товаровиробником і споживачем, створення цивілізованих умов для збуту продукції вітчизняних товаровиробників і вдосконалення руху товару в цілому.

Сучасні тенденції розвитку агропромислового комплексу випробовують на собі, з одного боку вплив внутрішнього прагнення підприємств, виробників сільськогосподарської продукції до автономності і незалежності, а з іншої – прагнення до максимальної зв'язаності виконання логістичних операцій всіма учасниками ланцюгів постачань. Ці вимоги зумовлюють необхідність пошуку форм і способів інтеграційної взаємодії ланок ланцюга постачань в рамках координації зусиль підприємств і централізації матеріального і інформаційного забезпечення процесу реалізації сільськогосподарської продукції.

Успішне функціонування будь-якої організації та її конкурентоспроможність безпосередньо залежать від грамотної взаємодії усіх підсистем підприємства, у тому числі і логістичної.

Проблематика логістичного підтримки продажів продукції агропромислової компанії є важливою складовою дослідження, адже успішне функціонування будь-якої організації, її конкурентоспроможність безпосередньо залежать від грамотної побудови логістичної системи підприємства. Логістична діяльність підприємства – це частина управління ланцюгом поставок, яка планує, впроваджує та контролює ефективний прямий та зворотний потік зберігання товарів, послуг та пов'язаної з ними інформації між точкою походження та точкою споживання з метою задоволення потреб клієнтів. Управління логістикою є важливою складовою ділових операцій, оскільки її діяльність впливає не тільки на внутрішні процеси, але і на відносини з клієнтами.

Все це обумовило актуальність вибраної теми дипломної роботи.

Метою дипломної роботи є вивчення та узагальнення теоретичних підходів, а також розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення логістичної підтримки продажів продукції агропромислової компанії.

Об'єктом дослідження є процес продажу і подальшої доставки продукції агропромислової компанії Kernel Group.

Предметом дослідження є вдосконалення логістичної підтримки продажів і подальшої доставки продукції агропромислової компанії Kernel Group.

Для досягнення поставленої мети були поставлені наступні завдання:

- розглянути теоретичні підходи до управління збутом продукції агропромислових компаній;
- проаналізувати застосування логістики в діяльності агропідприємств;
- дослідити специфіку логістичної підтримки збуту агропромислової продукції;
- дати загальну характеристику ТОВ «Кернел-Груп»;
- провести аналіз світового ринку соняшникової олії;
- провести аналіз економічних показників компанії «Кернел-Трейд»;
- виявити можливості покращення процесу збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд»;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення доставки проданої продукції;
- розрахувати економічний ефект від запропонованих рішень.

В процесі написання дипломної роботи було використано матеріали внутрішньої звітності підприємства, дані статистичних довідників та матеріали практикуючих фахівців в галузі логістики та менеджменту, розміщені в періодичних виданнях, монографіях, підручниках та електронних джерелах.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ ПРОДАЖІВ ПРОДУКЦІЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ КОМПАНІЇ

1.1 Теоретичні підходи до управління збутом продукції агропромислових компаній

Агропромисловий комплекс (АПК) – найбільший міжгалузевий комплекс, об'єднуючий декілька галузей економіки, направлених на виробництво і переробку сільськогосподарської сировини і отримання з нього продукції, що доводиться до кінцевого споживача [12]. Агропромисловий комплекс – це сукупність галузей економіки країни, що включає сільське господарство і галузі промисловості, тісно пов'язані з сільськогосподарським виробництвом, здійснюючі перевезення, зберігання, переробку сільськогосподарської продукції, постачання її споживачам, забезпечуючі сільське господарство технікою, хімікатами і добривами, обслуговуючі сільськогосподарське виробництво [21, 22].

АПК включає 4 сфери діяльності [12]:

1. Сільське господарство – ядро АПК, яке включає рослинництво, тваринництво, фермерські господарства, особисті підсобні господарства тощо.
2. Галузі і служби, що забезпечують сільське господарство засобами виробництва і матеріальними ресурсами: тракторне і сільськогосподарське машинобудування, виробництво мінеральних добрив, хімікатів та ін.
3. Галузі, які займаються переробкою сільськогосподарської сировини: харчова промисловість, галузі по первинній переробці сировини для легкої промисловості.
4. Інфраструктурний блок – виробництва, які займаються заготівлею сільськогосподарської сировини, транспортуванням, зберіганням, торгівлею

споживчими товарами, підготовкою кадрів для сільського господарства, будівництвом в галузях АПК.

Аграрний сектор економіки України безумовно має величезний потенціал забезпечення належного рівня продовольчої безпеки населення країни і резерви збільшення експортних можливостей продовольства. Механізм його реалізації в країні обмежений відсутністю дієвих інструментів формування ринкових схем просування продукції до споживача. Оскільки сільськогосподарське виробництво є однією з основних сфер економіки України, закономірним є зростання інтересу науковців і керівників аграрних підприємств до проблем забезпечення наявності потрібного продукту у необхідній кількості і заданої якості в потрібному місці у встановлений час для конкретного споживача з оптимальними витратами [21, 22].

Необхідно звернути увагу, насамперед, на основні чинники, що спричиняють неефективність роботи каналів збуту агропродукції. До того ж, як і в будь-якому каналі збуту, до всіх його ланок, без винятку, потрібно ставитись дуже серйозно, оскільки ефективність каналу в цілому залежить від його найслабшої ланки. Тому подальші дослідження передбачають застосування всебічного підходу до вирішення проблем структурної неефективності в аграрному секторі, починаючи від земельних ділянок, і з подальшим продажем агропродукції на внутрішньому ринку чи на експорт.

Головним питанням для світових експортерів зерна стає зміцнення конкурентного становища України на міжнародних ринках. У зв'язку з цим увагу привертають два основні моменти: а) витрати виробництва і б) логістичні витрати. Ці дві категорії витрат тісно пов'язані між собою, оскільки зрозуміло: якщо витрати на виробництво зерна в Україні не відповідають світовим стандартам, всі подальші зусилля на підвищення ефективності збуту стають марними. І навпаки, за існування в країні занадто високих логістичних витрат (транспортування, зберігання тощо) всі зусилля фермерів, спрямовані на зменшення витрат виробництва, стають невиправданими.

Такі перспективи передбачають нові підходи до оцінки логістичної політики на аграрному ринку України, враховуючи потенціальні лідируючі позиції української пшениці, ячменю та кукурудзи на світових ринках.

Сучасний стан аграрного ринку в Україні характеризується наступними чинниками [31]:

- наявністю великої кількості дрібних товаровиробників, у тому числі і домогосподарств, які виробляють абсолютну більшість продовольства;
- ключовими гравцями ринку є посередницькі структури, мета діяльності яких полягає не в надійності постачання, а в здійсненні багаторазового перепродажу товарів, який приводить до завищення роздрібних цін, а потім надмірних витрат для споживача;
- стихійністю зв'язків в ланцюзі постачання продовольством;
- слабким рівнем техніко-технологічної взаємодії з іншими учасниками логістичних ланцюгів щодо загального використання складських потужностей і ефективних транспортних технологій;
- значними ціновими коливаннями на сільськогосподарську продукцію – залежно від сезонних чинників і регіональних особливостей;
- непередбачуваністю часу і обсягів вхідних і вихідних матеріальних потоків, а відповідно і ненадійністю прогнозів розвитку ринку;
- відсутністю орієнтації на інтереси кінцевого споживача і недотриманням принципів забезпечення якості і безпеки продуктів харчування.

Для більшості дрібних і середніх товаровиробників виникла проблема не лише виростити продукцію, а і вигідно її продати, отримати прибуток, щоб забезпечити матеріальними благами свої сім'ї, зберегти і розширити виробництво. При цьому необхідно орієнтуватися не лише на виробничі пріоритети, а передусім на розвиток ринкової інфраструктури, який забезпечував би учасникам ринку на конкурентній основі збут продукції за вигідною ціною, швидке просування продукції споживачеві, скорочення втрат в ланцюгах просування, підвищення якості і безпеки харчових продуктів,

формування і стабілізацію ринкових цін на продовольство, а відповідно і гарантування продовольчої безпеки населення країни.

Існуюча модель інфраструктури аграрного ринку не зорієнтована на швидке і якісне просування агропромислової продукції від виробників до споживачів. При цьому в збитку будуть і товаровиробники, які змушені використовувати нераціональні канали розподілу з непрозорими умовами купівлі-продажу, і споживачі, які змушені купувати продукцію сумнівної якості за високою ціною. Одним з шляхів рішення даної задачі міністр аграрної політики і продовольства вважає розробку принципів внутрішньої логістики і оптимальної організації і реалізації на практиці механізмів забезпечення дієвості ланцюга «ресурси – виробництво – реалізація – споживання». Головною метою є об'єднання в єдиний інтегрований технологічний процес всіх стадій виробництва: закупівля сировини, матеріалів, виготовлення товарної продукції, її зберігання, транспортування, збут і споживання [31].

1.2 Застосування логістики в діяльності агропідприємств

Ефективне вирішення перелічених проблем покладається на нову ринкову структуру – систему логістики, яка є найбільш актуальною для суб'єктів сучасного аграрного ринку. Враховуючи це, вважаємо, що саме логістика може стати дієвим інструментом зміни правил організації функціонування аграрного ринку, запорукою створення якісних і стійких структур споживання, зменшенням тривалості ланцюгів постачання.

Логістика як наука виникла у середині 80-х років минулого століття. Тоді ж розвинулась і концепція інтегрованої логістики, яка визначає, що конкурують між собою не окремі підприємства або компанії, а їх логістичні ланцюги. Логістика проникає в усі сфери діяльності підприємства: охоплює процес планування, реалізації, контролю витрат, переміщення і зберігання матеріалів

та готової продукції, а також пов'язаної з ними інформації про постачання товарів від місця виробництва до споживача.

Розгляд логістики як фактору підвищення конкурентоспроможності передбачає, що наслідки ухвалених рішень у цій сфері повинні піддаватися виміру у плані їхнього впливу на функціональні витрати і на доходи від продажу сільськогосподарської продукції [16].

Значні переваги логістики в конкурентній боротьбі ґрунтуються на дослідженнях британських учених, які стверджують, що у структурі собівартості продукції близько 70 % становлять витрати, пов'язані зі зберіганням, транспортуванням та іншими операціями з переміщення товарно-матеріальних цінностей. Отже, саме у сфері логістики містяться найбільші резерви щодо поліпшення конкурентних позицій сільськогосподарського підприємства [11].

Застосування функцій агрологістики дозволяє збільшити конкурентоспроможність товарів сільськогосподарського призначення за рахунок:

- зменшення витрат на їх транспортування і складування;
- створення ефективної логістичної мережі та оптимізації руху товарів;
- наближення показників якості сільськогосподарської продукції до європейських стандартів.

Для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів, за рахунок яких підприємства могли б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх, підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін. Вагомий внесок до сильних сторін вносить саме логістика, оскільки вона активізується у підвищенні гнучкості підприємства і спрямована на швидке реагування на вимоги ринку.

Розглядаючи логістику як чинник підвищення конкурентоспроможності, варто зазначити, що наслідки ухвалених рішень у цій сфері повинні піддаватися вимірюванню у плані їхньої дії на функціональні витрати і на доходи від

продажу товарів. У зв'язку з цим актуалізується завдання знаходження способу контролю за витратами, що найкоректніше відображають зв'язок логістики з основними економічними і фінансовими показниками сільськогосподарського підприємства.

Отже, доцільно запропонувати взаємозв'язок і вплив логістики на забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, представлений на рис. 1.1.

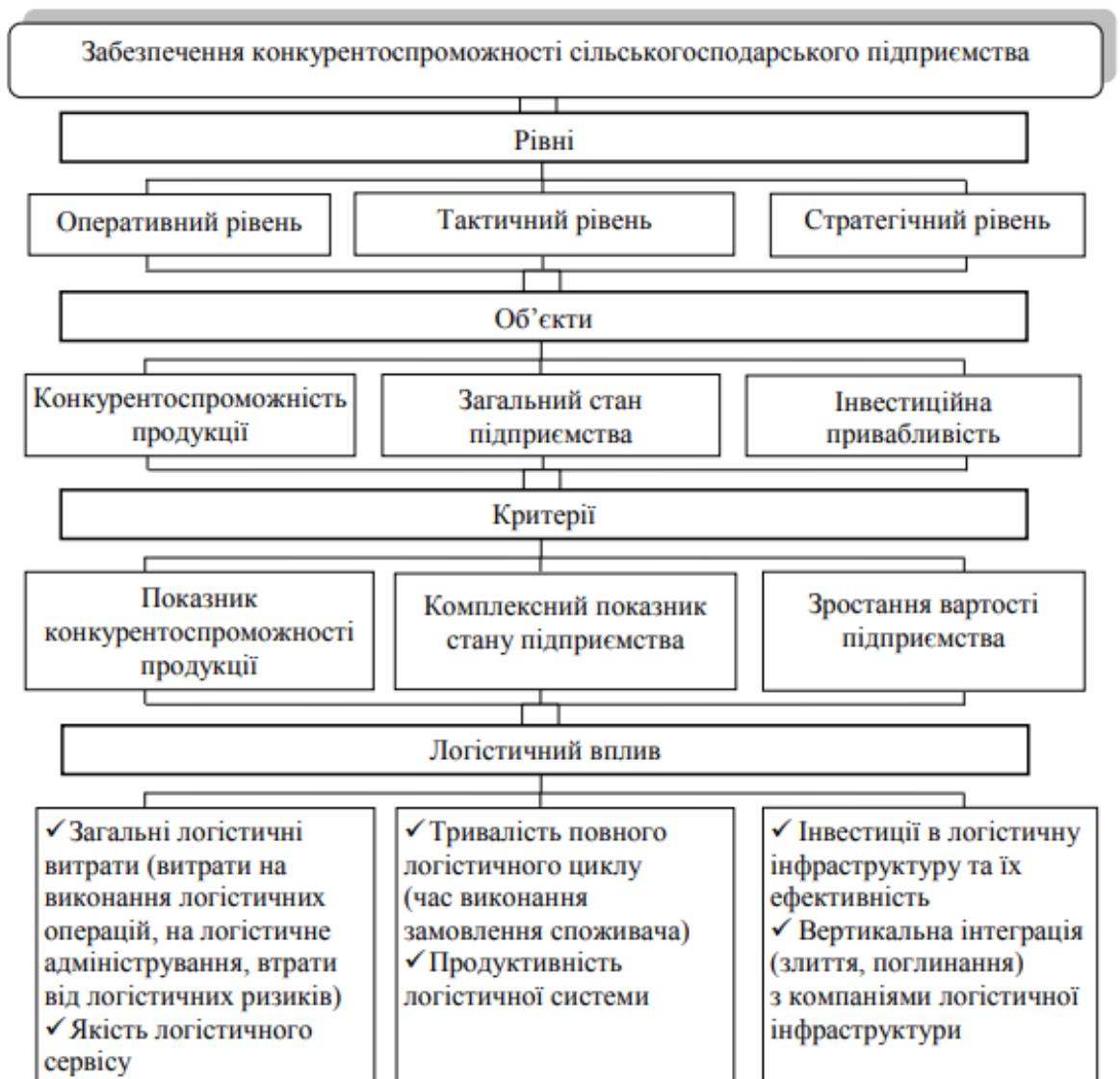


Рисунок 1.1 – Вплив логістики на забезпечення конкурентоспроможності агропідприємств [51]

Кінцевим результатом впровадження логістики в аграрній сфері економіки стануть розподільні центри як необхідний і важливий елемент ринкової інфраструктури, який сприятиме якості харчових продуктів, гарантуванню безпеці, підвищенню конкурентоспроможності продукції і підприємств, поширенню принципів логістичного управління, збільшенню обсягів продажів сільськогосподарської продукції, ефективному використанню природних ресурсів і управлінню відходами, поліпшенню санітарно-епідеміологічної ситуації в регіонах.

Всі ці проблеми вимагають розробки відповідного організаційно-економічного механізму підвищення соціальної і економічної ефективності сільського господарства. Але само по собі створення ефективних економічних механізмів виробництва без вирішення соціально-екологічних проблем не забезпечує постійного розвитку агропромислового комплексу України.

Основою збалансованого розвитку системи «сільське господарство – виробник продовольства – посередник – роздрібна торгівля – споживач», на нашу думку, може бути лише жорстка орієнтація на кінцевого споживача. Для цього потрібний механізм, який би забезпечував динамічну рівновагу між виробництвом (пропозиція) і споживанням (попит) з урахуванням параметрів гарантування продовольчої безпеки і соціальних наслідків [34].

Особливістю ринку аграрної продукції є те, що місце розташування виробничих потужностей аграрної продукції, як правило, не збігається з місцем розташування споживачів як в часі, так і в просторі. Саме для цього необхідні регіональні розподільні центри, де виробники і споживачі зможуть не лише продати або купити продукцію, а й отримати повний спектр логістичних послуг, які включатимуть: передпродажну підготовку, подрібнення або укрупнення партій, упаковку, маркування, отримання вичерпної інформації про товари, послуги, виробників, технологічні особливості, умови і терміни зберігання, замовити послуги транспортування, отримати підтримку розрахункових операцій. Адже регіональні розподільні центри покликані створити необхідні умови для здійснення операцій купівлі – продажу

сільськогосподарської продукції по цінах, які складаються залежно від попиту і пропозиції, а також забезпечити укладання угод на вирощування продукції в майбутньому.

Однією з ключових функцій регіональних розподільних центрів, на нашу думку, є здійснення аналізу інформації про потужність, якість, форму і трансформаційні зміни матеріальних потоків аграрного сектора із зміною параметрів часу, простору, спрямованості протягом його руху від первинного джерела сировини до кінцевого споживача. В процесі реалізації даної функції передбачається вирішення першочергової задачі синхронізації протікання в часі і просторі матеріальних, фінансових, інформаційних і супутніх потоків.

Слід зазначити, що впровадження сучасних логістичних принципів формування логістичної інфраструктури аграрного ринку дозволить зменшити собівартість просування продукції з сфери виробництва в сферу споживання, зокрема вартість вантажоперевезень, складування, інформаційного і фінансового супроводу руху матеріального потоку.

Таким чином, прагнення аграрних підприємств зайняти провідні позиції на ринку сільськогосподарської продукції, як на внутрішньому, так і на міжнародному вимагає освоєння інновацій (впровадження нового вигляду техніки, устаткування і технологій), зважених організаційних рішень, які дозволять випускати конкурентноздатну, а також відповідну світовим стандартам по асортименту і якості продукцію.

Специфіка сільськогосподарського виробництва дає змогу виділити основні системні характеристики логістики АПК [48]:

- виконання замовлень клієнтів та організація каналів обслуговування;
- прогнозування попиту на сільськогосподарську продукцію та аналіз обсягів споживання;
- управління запасами продукції (сировини та матеріалів) та мінімізація втрат внаслідок неритмічності потоку поставок;
- комунікаційні зв'язки та доступність інформаційного простору для ритмічності потоку замовлень;

- утримання складів та мінімізація витрат зберігання;
- управління транспортним потоком; оптимізація географічного розташування виробничих та складських об'єктів;
- управління сервісним обслуговуванням;
- управління фінансовими потоками;
- управління кадровим потенціалом.

Виконання замовлень клієнтів та організація каналів обслуговування – одні із основних характеристик ефективної логістики АПК, оскільки відображають ефективність функціонування та організації системи продажу з метою своєчасного задоволення клієнта в необхідний момент часу необхідним продуктом з мінімальними витратами [35, с. 35-47]. Внаслідок обмежень у термінах зберігання сільськогосподарська продукція потребує дотримання специфічних умов продажу з відповідною організацією торгівлі, і зокрема:

1. Прямі продажі від виробника на місцях. Ця схема продажу продукції забезпечує мінімальні затрати на транспортування, пакування, складування та зберігання продукції. Проте вона не забезпечує відповідного рівня реалізаційних цін та рентабельності. Така схема використовується господарствами під час організації продажу продукції рослинництва на основі самовивезення – вивезення своїм транспортом з полів або місць збору урожаю.

2. Організація фірмової торгівлі через власну мережу – одна із найефективніших схем реалізації сільськогосподарської продукції, що дає змогу виробнику утримувати ринкову рівновагу між попитом та пропозицією за рахунок реалізаційних цін без зайвих націнок посередників. Проте така схема є надто витратною через неоптимальні витрати на утримання складів та забезпечення якісних характеристик сільськогосподарської продукції упродовж тривалого періоду – від закінчення збору врожаю до моменту продажу.

3. Продаж через посередників, схема, що уможлиблює в більшій частині перекласти ризики зберігання та організації складського господарства на посередника. Проте у разі вибору цього варіанта торгівлі витрати в ланцюгах

посередницьких послуг зростають і здійснюють загрозу щодо необґрунтованого зростання реалізаційних цін.

Ефективне управління запасами продукції мінімізують втрати внаслідок неритмічності потоку поставок та незапланованого руху запасів. З огляду на сезонність операційного циклу, механізми управління запасами вирішують проблему періодичності поставок продажу та забезпечення сировиною переробних підприємств. При цьому механізм управління запасами є доволі впливовим на коливання попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію. Прогнозування попиту та аналіз обсягів споживання характеризують можливості продажу продукції відповідно до очікуваної потреби. Сезонність, обмеженість у ресурсах, а особливо ризик недотримання кліматичних умов, робить процес ціноутворення на сільськогосподарську продукцію залежним не тільки від інфляційних очікувань та доходів населення, а й від технології виробництва. Створення запасів відбувається в різноманітний спосіб: серійний запас, циклічний запас, запас використання потужностей, запас безпеки, попереджувальний запас [48]. Утримання запасів несе в собі відповідні витрати, що пов'язані: з підтриманням фізичних властивостей запасу (витрати на амортизацію, опалення, електроенергію); з вкладеними коштами (активи, виведені із обороту підприємства до моменту реалізації); з ризиком реалізації запасу (урахування можливості незатребуваності запасу).

1.3 Специфіка логістичної підтримки збуту агропромислової продукції

Зберігання продукції сільськогосподарських підприємств є одним із найважливіших питань логістичного управління. По-перше, можливість повного дотримання умов зберігання продукту забезпечує мінімальні ризики втрат якості продукції, а разом з тим і стабільність реалізаційних цін під впливом сезонних коливань. По-друге, правильно розташований склад по

відношенню до магазинів продажу або ж до виробничих об'єктів мінімізує витрати на транспортування, пакування, сортування тощо. По-третє, оптимальний варіант фінансування (власне або орендоване приміщення) мінімізує амортизаційні витрати на витрати на утримання складу. Усі ці чинники певною мірою, підвищують роль складського господарства в аграрному виробництві.

Для різних видів продукції вирішення питань щодо зберігання не мають однакових алгоритмів. Кожен вид продукції потребує окремих режимів зберігання, який залежить від її хімічного складу та властивостей. Головні чинники, що впливають на зберігання продукції [48]:

1. Температура повітря. Здійснює значний вплив на активність ферментів, швидкість хімічних та біохімічних процесів, розвиток мікроорганізмів та шкідників. Зниження температури зменшує швидкість біохімічних реакцій при цьому скорочується природний убуток маси внаслідок висушування продукту. Однією із найважливіших умов є дотримання постійної температури упродовж усього терміну зберігання продукту. Так, температура повітря під час зберігання деяких видів сільськогосподарської продукції знаходиться в межах: картопля – від 5-7 °С, томати – від 10-12 °С, капуста – за 0 °С, буряк – від 1-2 °С, морква – від 0-1 °С, цибуля – від 18-24 °С.

2. Вологість повітря. Здійснює вплив на вологість продукту під час зберігання. Чим більшою є навколишня вологість, тим більшою є імовірність поглинання вологи самим продуктом. В кінцевому рахунку це призводить до розвитку мікроорганізмів, внаслідок чого відбувається псування продукту та збільшення втрат під час зберігання. У зв'язку з цим необхідним є дотримання рівноважної вологості, внаслідок чого урівноважуються можливості продуктів щодо поглинання та випуску ними зайвої вологи. При зберіганні продукції, що потребує різного режиму вологості, слід забезпечувати їм окремі сховища, наприклад, для овочів та зернових культур.

3. Газовий склад і обмін повітря. Впливає на терміни зберігання окремих продуктів. Вуглекислий газ пригнічує дію шкідливої мікрофлори, що є

збудником псування продукції. Кисень викликає значну реакцію окислювання. У зв'язку з цим необхідним є дотримання такої концентрації газу, що дасть змогу збільшити терміни зберігання. Це є вкрай важливим у разі впливу сезонності виробництва, оскільки зібраний в конкретний період року урожай має забезпечити повний річний цикл реалізації та переробки.

4. Світло. Чинник, що для незахищених від впливу продуктів може прискорювати процеси окислення. У зв'язку з цим здебільшого в сховищах сільськогосподарської продукції встановлюються режими штучного освітлення і дотримуються затемнення.

5. Мікроорганізми та шкідники. Значно знижують якість продукції і у деяких випадках призводять до його повної втрати. Найімовірнішими є процес псування внаслідок дії мікроорганізмів, що викликають бродіння, плісняву та гниль. Також непоодинокими є випадки псування шкідниками. У зв'язку з цим необхідними є витрати на обеззаражування приміщень.

6. Порядок укладання та розміщення продукції. Внаслідок нераціонального розміщення відбувається деформація продукту, зниження якісних характеристик тощо. У зв'язку з цим використовується принцип окремого зберігання продукції за хімічними властивостями. Так, окремо зберігають ті продукти, що мають специфічні запахи, з тими, що їх легко поглинають. Залежно від стану продукції, типу тари та упакування їхнє укладання може бути різним: насипом, в ящиках, на стелажах тощо.

7. Упакування та стан тари. Основна їх мета – збереження якості продукції, досягнення зручності під час транспортування, складування та реалізації. Оптимальний стан та розмір упакування дає змогу знизити втрати маси продукту, знизити загрозу потрапляння бруду, фізичного пошкодження, збільшення вологості та висихання, появи сторонніх запахів, мікроорганізмів та шкідників. Тара класифікується: за призначенням – внутрішня та зовнішня; кратністю використання – одноразова та багаторазова; жорсткістю – м'яка, жорстка, напівжорстка; конструкцією; розміри тощо.

Ефективність управління транспортним потоком скерована на мінімізацію транспортних витрат. Сутність логістичного управління транспортним потоком полягає у визначенні оптимального шляху перевезень від постачальника до споживача з урахуванням можливих випадків розміру перевезень, місткості перевалочних пунктів, поточних витрат на утримання транспортних засобів тощо [48].

Управління сервісним обслуговуванням ґрунтується на використанні організаційних форм: реалізація сервісу через філіали, які є посередницькою структурою у спілкуванні зі споживачем; організація сервісного обслуговування через центральне представництво (виїзд на місця обслуговування); обслуговування через торгові представництва; обслуговування через окремих представників виробника (дистрибуторів), що працюють на договірній основі.

Комунікаційні зв'язки та доступність інформаційного простору забезпечують координацію руху потоку замовлень. Здатність своєчасно забезпечувати доступ до інформаційних джерел підвищує рівень конкурентоспроможності логістичної системи. Впровадження сучасних ІТ-технологій в логістиці потребує вирішення таких питань: мінімізація часу оформлення замовлення; консолідація замовлень в одне застереження; персоніфікація доступу; зберігання великих масивів інформації; мінімізація часу транзакцій під час обробки замовлення.

Управління фінансовими потоками передбачає впровадження в логістиці АПК інвестицій з метою відтворення розширеного аграрного виробництва. Основними завданнями управління фінансовими потоками в логістиці АПК можна вважати пошук оптимальних альтернативних рішень при залученні фінансових ресурсів та ефективність їх використання внаслідок реалізації ефективних проектів. За останні роки аграрний сектор став доволі привабливим для відтворення залучених коштів. Проте зростаючі обсяги інвестицій потребують досконалішого механізму їх використання, що зумовлено: забезпеченням захисту прав інвесторів, контролем виконання зобов'язань,

реалізацією механізмів страхування, компенсацією кредитних ставок, зниженням інвестиційних ризиків на різних стадіях виробництва тощо.

Управління кадровим потенціалом є ефективним внаслідок цільового спрямування конкретних людей на підвищення якості функцій, які вони виконують. Одним із перспективних напрямів є позиціонування кадрового потенціалу в управлінській ієрархії за умови дотримання відповідної компетенції, що охоплює властивості людини виконувати визначену роботу незалежно від расової, вікової, культурної належності [48]. Кадровий склад логістики АПК залишається одним із складних питань, пов'язаних з: по-перше, з пошуком кваліфікованих робітників відповідно до займаної вакансії; по-друге, з утриманням працівника на займаній посаді. У зв'язку з цим управління кадрами в логістиці АПК можна розглядати на різних рівнях: рівень робітників; рівень менеджерів середньої ланки; рівень менеджерів вищої ланки. Доцільним є проведення заходів щодо підвищення кваліфікаційного рівня: семінари, конференції, засідання робочих груп, отримання нової спеціальності в галузі логістики. Враховуючи специфічні особливості аграрного бізнесу, не останню роль у підготовці кадрів відіграє набуття компетенції щодо організації сільськогосподарського виробництва з основами технології процесів рослинництва, тваринництва, лісового господарства тощо.

1.4 Висновки до розділу 1

В даному розділі було досліджено теоретичні засади управління збутом продукції агропромислових компаній. Було зазначено, що агропромисловий комплекс – це сукупність галузей економіки країни, що включає сільське господарство і галузі промисловості, тісно пов'язані з сільськогосподарським виробництвом, здійснюючі перевезення, зберігання, переробку сільськогосподарської продукції, постачання її споживачам, забезпечуючі

сільське господарство технікою, хімікатами і добривами, обслуговуючі сільськогосподарське виробництво.

Необхідно звернути увагу, насамперед, на основні чинники, що спричиняють неефективність роботи каналів збуту агропродукції. До того ж, як і в будь-якому каналі збуту, до всіх його ланок, без винятку, потрібно ставитись дуже серйозно, оскільки ефективність каналу в цілому залежить від його найслабшої ланки. Тому подальші дослідження передбачають застосування всебічного підходу до вирішення проблем структурної неефективності в аграрному секторі, починаючи від земельних ділянок, і з подальшим продажем агропродукції на внутрішньому ринку чи на експорт.

Ефективне вирішення перелічених проблем покладається на нову ринкову структуру – систему логістики, яка є найбільш актуальною для суб'єктів сучасного аграрного ринку. Враховуючи це, вважаємо, що саме логістика може стати дієвим інструментом зміни правил організації функціонування аграрного ринку, запорукою створення якісних і стійких структур споживання, зменшенням тривалості ланцюгів постачання.

Застосування функцій агрологістики дозволяє збільшити конкурентоспроможність товарів сільськогосподарського призначення за рахунок: зменшення витрат на їх транспортування і складування; створення ефективної логістичної мережі та оптимізації руху товарів; наближення показників якості сільськогосподарської продукції до європейських стандартів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КЕРНЕЛ-ГРУП» НА АГРОПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

2.1 Загальна характеристика ТОВ «Кернел-Груп»

Kernel Group – українська група компаній, що працює в агропромисловому секторі, була заснована у 1995 році запуском перших елеваторів та початком експорту сільськогосподарської продукції. «Кернел» – найбільший у світі виробник и експортер соняшникової олії, провідний виробник та постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. На частку компанії припадає приблизно 8% світового виробництва соняшникової олії. Свою продукцію «Кернел» постачає у більш ніж 80 країн світу. Земельний банк «Кернел» – 530 тис. га [44].

Торгові марки компанії: «Щедрий Дар», «Стожар», «Чумак», «Оліо», «Маринадо», «Blanc», «Kernel», «Premi».

Основна інформація про компанію представлена у табл. 2.1.

Членство компанії «Кернел-Трейд» в асоціаціях:

1. Американська торгівельна палата в Україні (АСС).
2. Європейська бізнес-асоціація (ЕВА).
3. Міжнародна Асоціація Торгівлі Зерном та Кормами (GAFTA).
4. Федерація Асоціацій торгівлі олійними культурами, насінням та жирами (FOSFA).
5. Укроліяпром.
6. Українська Зернова Асоціація (УЗА).
7. U.S.-UKRAINE BUSINESS COUNCIL (USUBC).
8. Ukrainian Network of Integrity and Compliance (UNIC).

Таблиця 2.1 – Основна інформація про ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД»

№	Назва показника	Характеристика
1	2	3
1	Назва компанії	"КЕРНЕЛ ТРЕЙД "
2	Організаційно-правова форма	ТОВ
3	Види діяльності	<ul style="list-style-type: none"> - 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням та кормами для тварин - 10.41 Виробництво масел і жирів - 16.21 Виробництво шпону, фанери, плит та панелей - 20.20 Виробництво пестицидів та іншої агрохімічної продукції - 46.23 Оптова торгівля живими тваринами - 46.31 Оптова торгівля фруктами та овочами - 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями та харчовими оліями та жирами - 77.31 Оренда і лізинг сільськогосподарської техніки та обладнання - 78.30 Діяльність інших організацій по роботі з персоналом - 46.75 Оптова торгівля хімічною продукцією - 52.29 Інші супровідні послуги при перевезеннях - 46.71 Оптова торгівля твердим, рідким і газоподібним паливом і подібними продуктами - 35.23 Продаж газоподібного палива по трубопроводах - 71.11 Діяльність у сфері архітектури
4	Уповноважена особа	Головін О. А.
5	Дата реєстрації	12.06.2001 (19 років 11 місяців)
6	Форма власності	Недержавна власність
7	Адреса	Місто Київ, провулок Тараса Шевченка, будинок 3

Керівні принципи менеджменту компанії «Кернел-Трейд»:

1. Фінансова стабільність:

– стратегічний системний менеджмент: принципи управління забезпечують перехід від кількісного зростання до якісного. Компанія об'єднує стратегію і цілі на операційний рівень, трансформує їх реалізацію в щоденну роботу управлінців, розвиває культуру внутрішнього підприємництва та безперервного вдосконалення;

– синергія бізнес-інтеграції: бізнес-сегменти компанії тісно пов'язані між собою стратегічною єдністю та узгодженістю цілей, їхня взаємна інтеграція створює додаткову вартість і сприятливо впливає на загальний фінансовий результат. Компанія регулярно проводить бенчмаркінг сегментів, ефективно використовує експертизу і мультиплікує успішні корпоративні практики та застосовує синергію взаємодії бізнесів, підрозділів і функцій всередині для отримання найвищого результату;

– ефективне управління активами та ресурсами: компанія захищає активи, підвищує їхню ефективність, дбайливо ставиться до грошових і матеріальних ресурсів, інформації, управляє ключовими ризиками;

– зміни та інновації: компанія є гнучкою в прийнятті рішень. Вона не боїться змін, та сприймає їх як нові можливості для розвитку. Вона поліпшує якість активів, будує сучасні технологічні підприємства, вдосконалює процеси, навчає персонал, орієнтується на світові практики й адаптує під себе найкращі з них, враховуючи політичну та ринкову специфіку, зміни зовнішнього середовища і свої унікальні особливості.

2. Стійка ділова репутація:

– прозорість і чесність: прозорість і чесність – запорука успіху у відносинах з колегами, акціонерами, інвесторами та партнерами. Достовірність і відкритість інформації є основою діяльності компанії. «Дружба-Нова» вчасно проходить незалежний аудит і публікує фінансову звітність, оприлюднює інформацію про стратегію, операційну діяльність, істотні ризики. Компанія не маніпулює фінансовими даними, проводить публічні тендери та відкрито аргументує свою позицію щодо вибору постачальників;

– відповідальне лідерство: компанія відповідально ставиться до свого лідерства на ринку і того впливу, який має на країну, людей і інші компанії. Вона сприяє розвитку аграрного сектора, формує ділову культуру ведення національного бізнесу, своєчасно реагує на звернення партнерів, несе відповідальність за взяті на себе зобов'язання, виконує умови контрактів;

– крім того, компанія захищає свою репутацію, не допускає дій, які можуть негативно позначитись на корпоративному іміджі;

– дотримання законів і правил: компанія дотримується чинного законодавства та міжнародних правових норм, шанує корпоративні цінності й керівні принципи, діє відповідно до внутрішніх політик і процедур. Вона осуджує корупцію та шахрайство на державному рівні, жорстко бореться з їхніми проявами в компанії, протидіє конфліктам інтересів, які можуть призвести до фінансових і репутаційних втрат;

– сталий розвиток і соціальна відповідальність: керівництво будує компанію з довгостроковою перспективою, тому сталий розвиток вважає одним з основних принципів діяльності. Воно створює комфортні і безпечні умови праці для своїх співробітників, надає їм широкі можливості для навчання та професійного зростання. На всіх виробничих етапах компанія мінімізує використання енергоресурсів, дбайливо обробляє землю та контролює якість продукції. Відкрито співпрацює з місцевими громадами й орендодавцями, щорічно реалізує сотні масштабних соціальних проектів у регіонах присутності.

3. Професійна команда лідерів:

– партнерство і єдність цілей: основний принцип внутрішньої взаємодії є партнерство. «Дружба-Нова» це професійна команда односторонців, яка рухає вперед компанію – світового лідера агробізнесу. Кожен із них демонструє правильну модель поведінки та взаємодії в команді. Обіймаючи різні посади у різних дивізіонах і департаментах, країнах і регіонах, вони роблять одну справу та прагнуть спільного успіху;

– залученість як внутрішнє підприємництво: працівники ставляться до роботи із захопленістю і самовідданістю, як до власного бізнесу, як до справи життя. Кожен із них усвідомлює важливість свого впливу на загальний результат і вважає за свій обов'язок зробити внесок у процвітання компанії. «Дружба-Нова» є гнучкою та легко сприймає зміни, оскільки вона є рухом вперед;

– взаємоповага і довіра: культура поваги і довіри – це не просто доброзичливе ставлення одне до одного. Це розуміння та сприйняття бачення,

цінностей і керівних принципів компанії. Це прозора структура управління, яка чітко визначає розподіл функцій, дає змогу брати на себе відповідальність і ухвалювати рішення. Це зрозумілі правила гри і відсутність подвійних стандартів. Компанія завжди коректна й аргументована в діловому спілкуванні з колегами та за своїми межами;

– розвиток потенціалу людей: завдяки правильній стратегії, динамічному зростанню та виваженій кадровій політиці кожен співробітник компанії має можливість здобувати нові знання, реалізовувати власні амбіції та потенціал. 75% керівників на різних рівнях побудували кар'єру в компанії. Вона приділяє значну увагу навчанню та розвитку управлінців, спеціалістів і молоді з високим потенціалом та прагне створювати таку атмосферу, коли люди із задоволенням ідуть на роботу, пишуться нею, максимально залучаються в бізнес-процеси і зацікавлені в успіхах компанії.

Компанія Кернел націлена на подвоєння обсягів експорту в період 2016 – 2020 фінансового року, пропонуючи унікальні комплексні рішення своїм партнерам – постачальникам і покупцям, завдяки збалансованому розвитку бізнес-сегментів компанії шляхом:

- ефективного використання мережі активів;
- інвестування в технології та інновації;
- стратегічних придбань;
- розвитку потенціалу команди і вдосконалення процесів.

Цінності компанії «Кернел Груп». Цінності компанії є також керівними принципами:

- фінансова стабільність / сильна структура балансу;
- стійка ділова репутація;
- професійна команда лідерів.

Стратегічні цілі:

- консолідувати олійний бізнес в Україні;
- подвоїти обсяги експорту зернових порівняно із 2016 роком;
- досягти стійкого управління витратами в агровиробництві.

Бачення: компанія прагне стати лідером глобального агробізнесу та зробити свій регіон ключовим постачальником сільськогосподарської продукції на світовий ринок.

Мета: максимізувати прибуток компанії, забезпечуючи її стійкий розвиток.

Організаційна структура ТОВ «Кернел Груп» представлена на рис. 2.1.



Рисунок 2.1 – Організаційна структура ТОВ «Кернел Груп»

Бізнес-модель компанії складається із 7 окремих підрозділів, які співпрацюють між собою:

1. Агробізнес: Кернел обробляє близько 560 тисяч гектарів чорноземів в Україні. Стратегічні культури – кукурудза, пшениця, соняшник, соя. У виробництві ми впроваджуємо широкий спектр інноваційних рішень: GPS-

керована система відбору ґрунтових проб та агрохімічний аналіз ґрунту, метеомоніторинг, використання дронів і квадрокоптерів, супутниковий моніторинг стану полів, агродиспетчеризація, картографування врожайності тощо. Система точного землеробства стала драйвером для освоєння BigData та базою для створення штучного інтелекту – першої у світі комплексної інформаційної системи #DigitalAgriBusiness.

2. Елеватори: мережа елеваторів компанії забезпечує своєчасну логістику зібраного Агробізнесом Кернел врожаю та закупленого товару, а також надає якісний сервіс зі зберігання зернових нашим партнерам – сільгоспвиробникам. Ми інвестуємо в розвиток елеваторної інфраструктури. Нові потужні, високотехнологічні підприємства зі швидкою оборотністю розташовані в місцях дислокації земель Агробізнесу та фермерів, які відчувають дефіцит потужностей зі зберігання.

3. Закупівля зернових і олійних культур: Кернел має найбільшу та найефективнішу мережу закупівлі зернових та олійних культур у регіоні. На засадах стратегічного партнерства співпрацює з понад п'ятьма тисячами виробників сільськогосподарської продукції, знає кожного з партнерів, враховує їхні потреби та пропонує унікальні комплексні рішення.

4. Експорт зернових: Кернел є надійною ланкою між тисячами виробників зернових культур у Чорноморському регіоні та міжнародними ринками. Ми експортуємо понад 5 млн тон кукурудзи, пшениці, сої, ріпаку та ячменю. Близько 80% продукції експортується до країн Близького Сходу, Північної Африки, Європейського Союзу, інші 20% – у Східну Азію та на південь Африки. Логістика зернових повністю контролюється компанією завдяки власній мережі елеваторів і двом глибоководним портовим терміналам на узбережжі Чорного моря. Частка Кернел в українському експорті зернових становить близько 9%.

5. Заводи з переробки олійних культур: Заводи Кернел – найсучасніші підприємства, здатні переробляти декілька олійних культур. Високотехнологічне обладнання та європейські стандарти управління якістю,

охорони праці й екології забезпечують відповідність виробництва найкращим світовим практикам. Загальна потужність переробки становить 3,5 млн тон насіння соняшника на рік. Ми забезпечуємо бутильованою олією внутрішній ринок та експортуємо олію наливом і фасовану до понад 60 країн світу.

6. Експорт олії: Кернел, провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, охоплює 8% світового та близько 30% українського ринків. Свою продукцію компанія постачає до понад 80 країн світу, демонструючи високий рівень виконання експортних контрактів.

7. Портові термінали: Портові термінали Кернел замикають інфраструктурну ланку руху товару з поля на вантажні судна, забезпечуючи оперативність і якість експортної логістики. Потужність перевалки зернових культур та шроту в портах становить 6,5 млн тон на рік. Ефективні прийомка й відвантаження, сучасні елеваторні потужності та глибоководний причал дають змогу вантажити судна типу Panamax водотоннажністю до 80 тис. тон.

Бізнес-модель компанії Кернел показана на рис. 2.2.

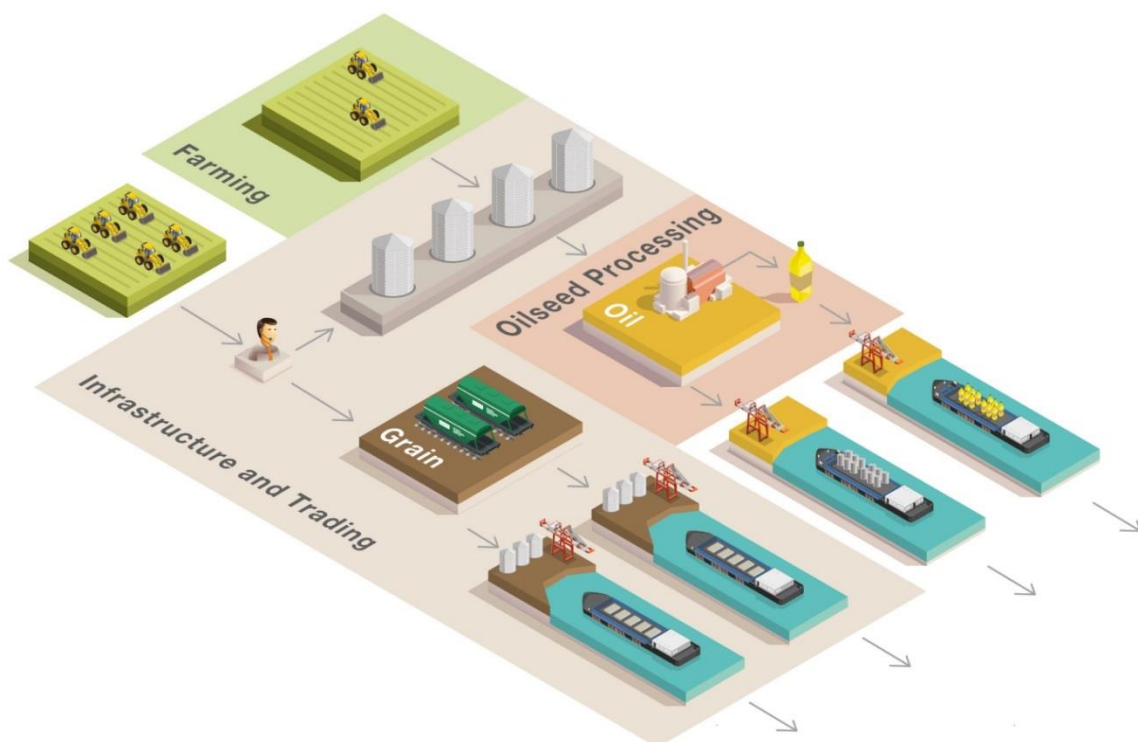


Рисунок 2.2 – Бізнес-модель компанії Кернел

Активи компанії Кернел:

1. Представництва та офіси у таких містах (рис. 2.3):

- | | | |
|--------------|----------------|---------------|
| -Київ | -Харків | -Дніпро |
| -Біла Церква | -Полтава | -Одеса |
| -Черкаси | -Миколаїв | -Вінниця |
| -Суми | -Кропивницький | -Хмельницький |

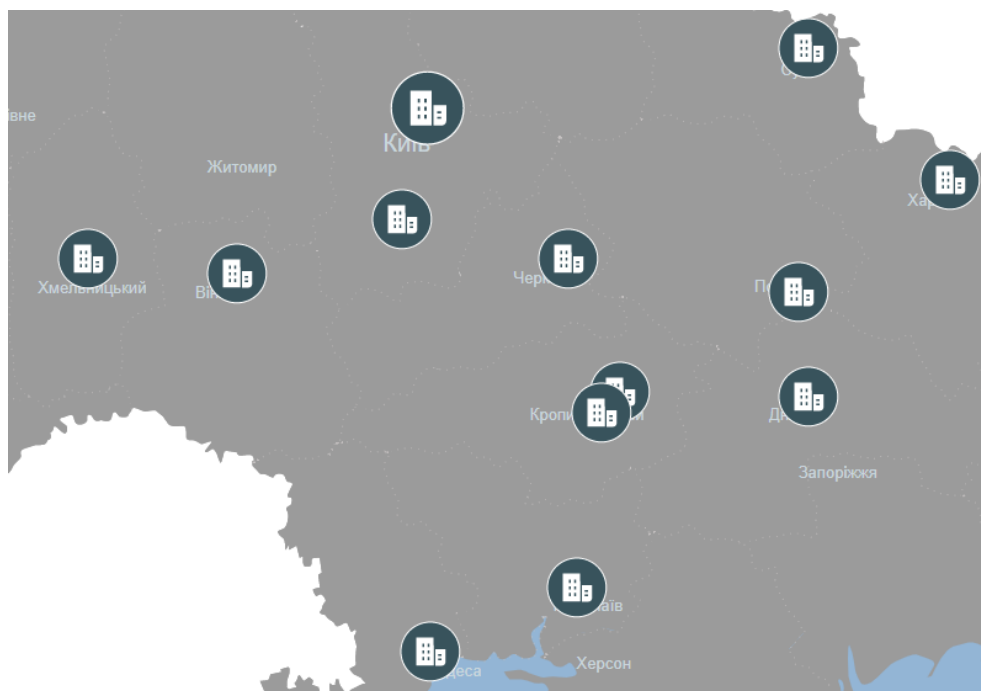


Рисунок 2.3 – Представництва та офіси компанії «Кернел-Трейд»

2. Агробізнес компанії представлений кластерами (рис. 2.4):

- Дружба-Нова (Чернігівська та Сумська обл.);
- Харківський (Харківська обл.);
- Полтава-Південь (Полтавська обл.);
- Придніпровський (Черкаська та Полтавська обл.);
- Центральний (Вінницька, Миколаївська, Одеська та Дніпропетровська обл.);
- Західний (Тернопільська, Хмельницька обл.).

За допомогою кластерної системи розділення регіонів «КЕРНЕЛ-Трейд» здійснює управління своїми активами в Україні у Чернігівській, Черкаській,

Сумській, Полтавській, Тернопольській, Хмельницькій, Вінницькій, Харківській, Миколаївській та Одеській та областях (табл. 2.2).

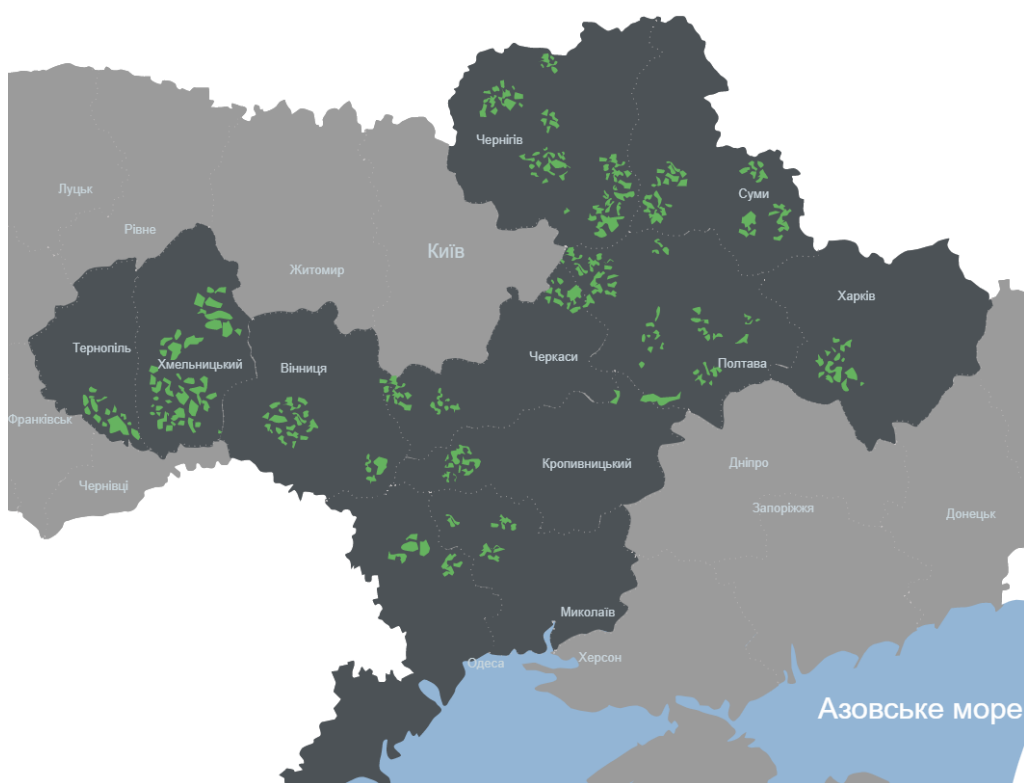


Рисунок 2.4 – Кластери компанії Кернел

Таблиця 2.2 – Кластерна система компанії «Кернел-Трейд»

№	Кластер	Область
1	2	3
1	«Дружба-Нова»	Чернігівська
		Сумська
2	Харківський	Харківська
	Полтава-Південь	Полтавська
3	Придніпровський	Черкаська
		Полтавська
4	Центральний	Дніпропетровська
		Миколаївська
		Вінницька
		Одеська
5	Західний	Хмельницька
		Тернопільська

Виробництво соняшникової олії відбувається на олійно-екстракційних заводах (рис. 2.5):

- Старокостянтинівський ОЕЗ;
- Вовчанський ОЕЗ;
- Приколотнянський ОЕЗ;
- Полтавський ОЕЗ;
- Кропивницький ОЕЗ;
- Придніпровський ОЕЗ;
- Бандурський ОЕЗ;
- Українська Чорноморська Індустрія.

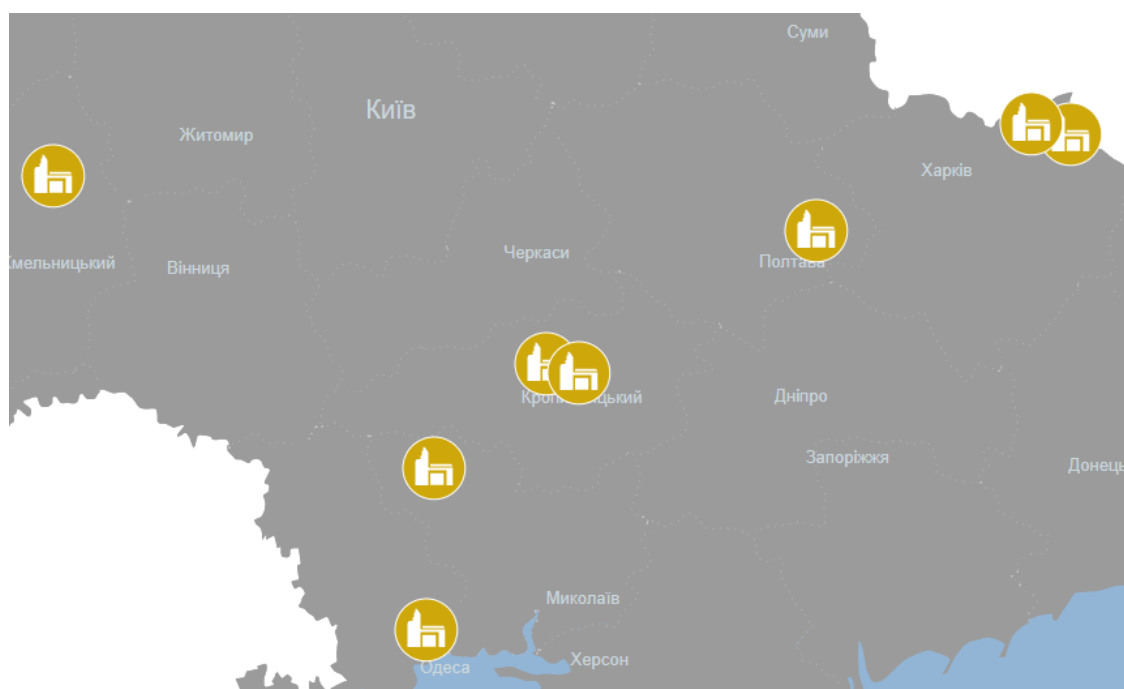


Рисунок 2.5 – Місцезнаходження Олійноекстракційних заводів компанії «Кернел-Трейд»

Немає потреби зайвий раз говорити про те, що Україна є провідним світовим виробником зерна. В останні роки наша країна за обсягами продажів зернових культур застопила за собою місце в першій десятці експортерів. Основну частку цього зерна компанія «Кернел-Трейд» зберігає на своїх елеваторах, які розкидані по різних областях (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Елеватори компанії «Кернел-Трейд»

№	Область	Елеватори
1	2	3
1	Чернігівська	Линовиця, Ніжин
2	Полтавська	Лазірки, Гоголево, Миргород, Решетилівка, Глобине, Семенівка, Хорол, Супрунівка
3	Сумська	Біловоди, Тростянець
4	Київська	Яготин
5	Черкаська	Кононівка, Вікторівка, Будище
6	Харківська	Гути, Лихачове, Красноград
7	Хмельницька	Веснянка, Ярмолинці, Балин
8	Вінницька	Гнівань
9	Кіровоградська	Кіровоград, Грушка, Смолине
10	Дніпропетровська	Девладове
11	Миколаївська	Трикрати
12	Запорізька	Гуляйполе

На рис. 2.6 можна побачити місцезнаходження даних елеваторів.

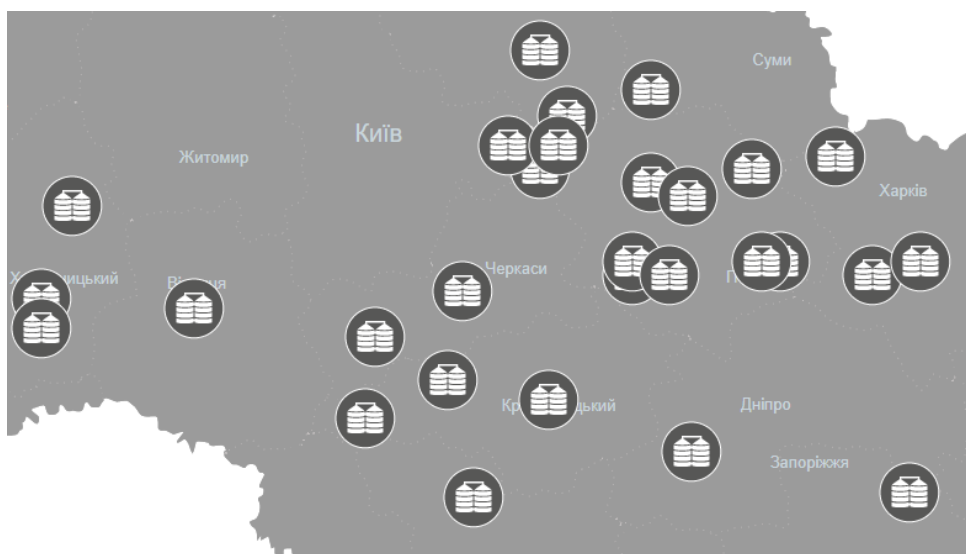


Рисунок 2.6 – Місцезнаходження елеваторів компанії «Кернел-Трейд»

Задля подальшого експорту зерно рухається від елеваторів до олійноекстракційних заводів, а потім до портових терміналів:

- трансбалктермінал м. Чорноморськ, Одеська обл.;
- трансгрейнттермінал м. Миколаїв, Миколаївська обл.

Місцезнаходження портових терміналів показано на рис. 2.7.



Рисунок 2.7 – Місцезнаходження портових терміналів

Сьогодні компанія характеризується завершеним циклом виробництва. Продукція компанії експортується в більш ніж 80 країн світу, перетворюючи КЕРНЕЛ на лідера з виробництва і продажу соняшникової олії у світі. Бізнес-модель компанії включає власне сільське господарство, розвинену мережу елеваторів для зберігання продуктів сільського господарства, потужні олійноекстракційні заводи, а також портові термінали, що забезпечують експорт продукції в різні країни світу.

2.2 Аналіз світового ринку соняшникової олії

За підсумками 2019-2020 маркетингового року (МР) Україна стала світовим лідером з експорту соняшникової олії.

Топ експортерів олії за 2019-2020 рік в Україні (рис. 2.8).

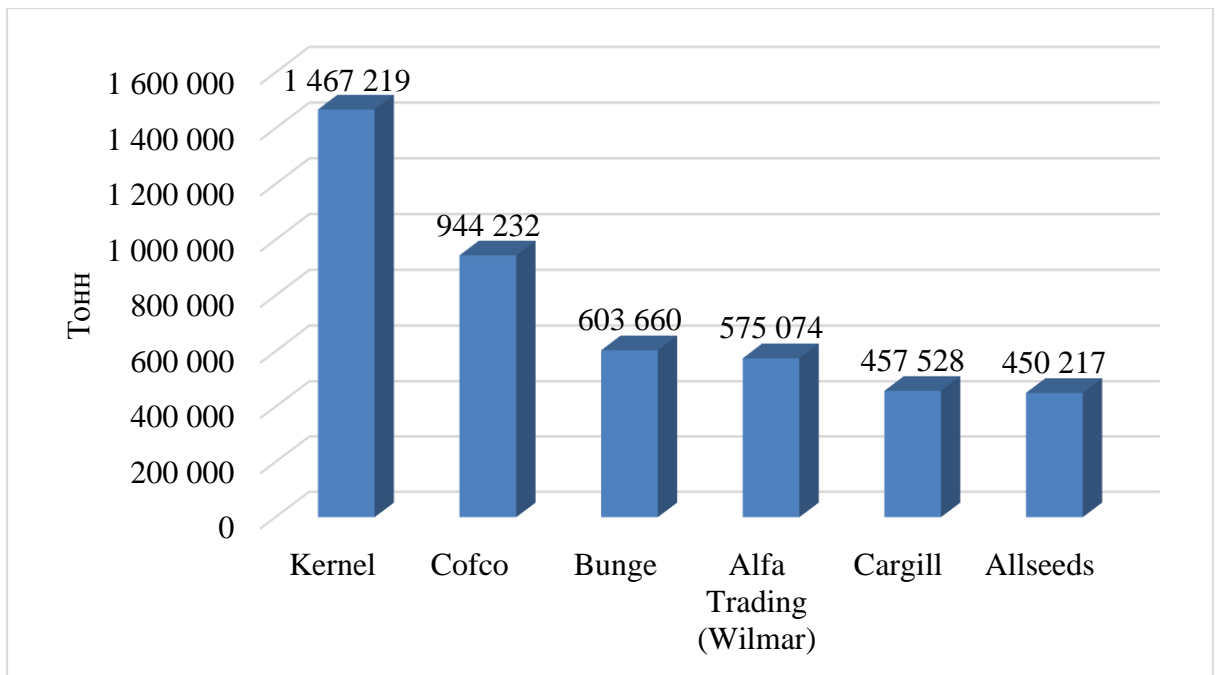


Рисунок 2.8 – Топ експортерів олії в Україні за 2019-2020 МР

Також слід зазначити, що частка України у світовому експорті соняшникової олії склала 54,9%, тоді як у наступній у рейтингу на цьому ринку Росії частка становить 26,2%, у Аргентини – 6,2%, у Євросоюзу – 5,1%, у Туреччини – 3,3% (рис. 2.9).

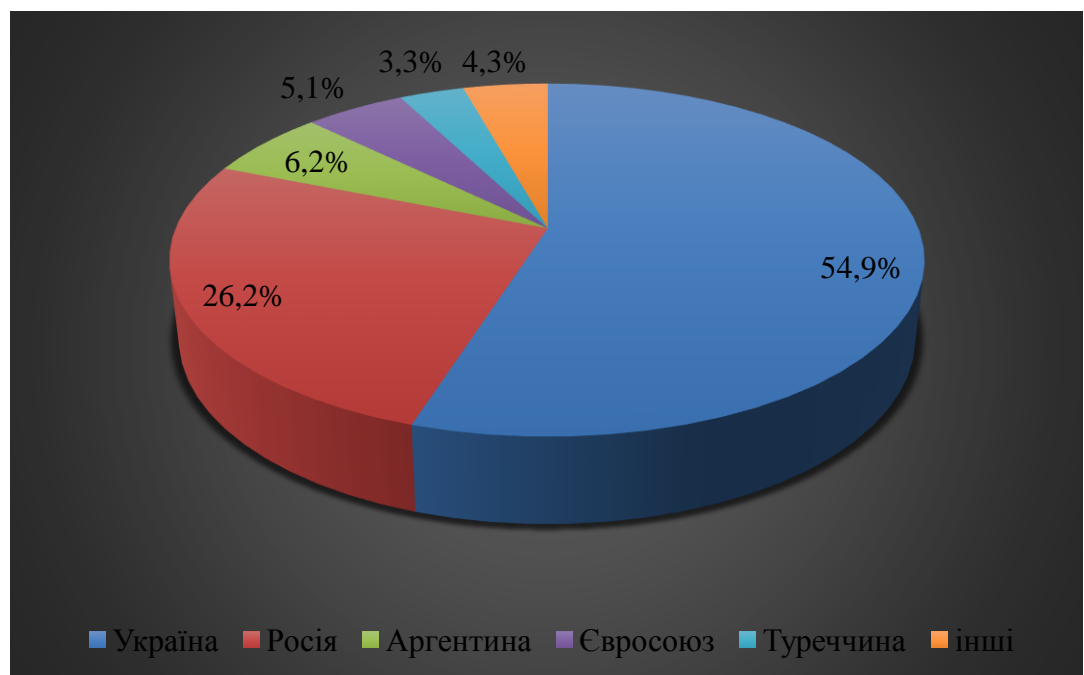


Рисунок 2.9 – Світові лідери з експорту соняшникової олії за 2019-2020 МР

Таким чином, експорт української соняшникової олії досягнув 6,68 млн тон на суму \$4,9 млрд, що на 10,2% більше за обсягом та на 17% більше за сумою, ніж у 2018-2019 МР.

Світове виробництво рослинних олій наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Світове виробництво рослинних олій, млн тон

№	Вид рослинної олії	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2019 МР – 2018 МР	2020 МР – 2018 МР
1	2	3	4	5	6	7
1	Соняшникова	18,44	19,73	19,86	6,5%	7,7%
2	Ріпакова	28,08	27,46	27,43	-2,3%	-2,3%
3	Соєва	55,15	56,12	57,2	1,7%	3,7%
4	Пальмова	70,61	74,08	76,01	4,7%	7,6%
5	Інші	26,33	26,3	27	-0,1%	2,5%
6	Разом	198,61	203,69	207,5	2,5%	4,5%

Динаміка світового виробництва рослинних олій показана на рис. 2.10.

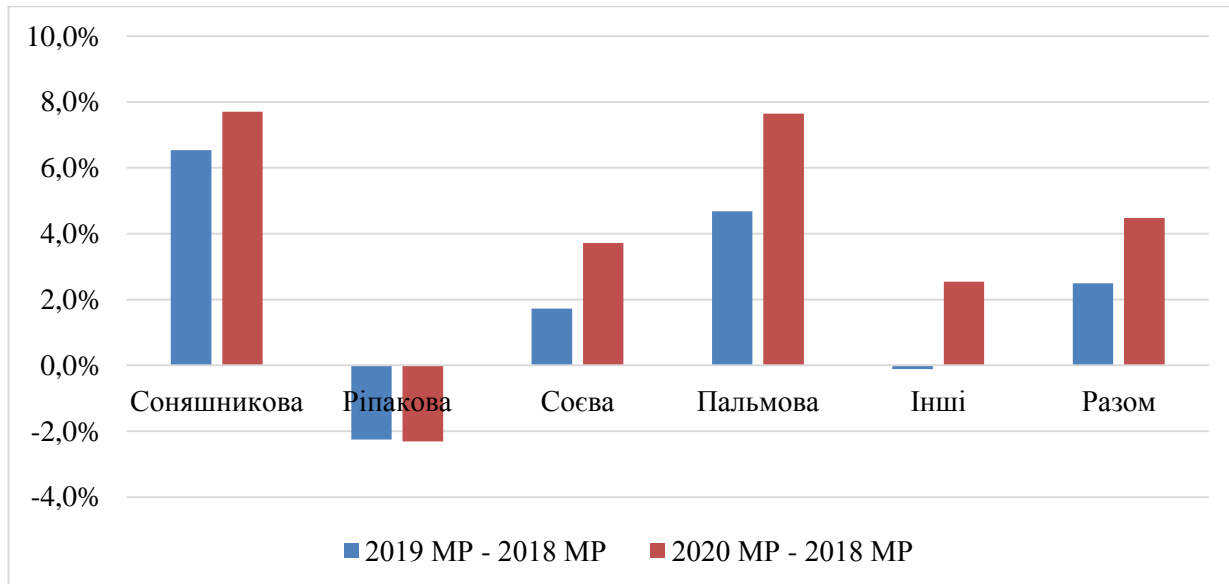


Рисунок 2.10 – Динаміка світового виробництва рослинних олій

На даній діаграмі можемо побачити, що світове виробництво рослинних олій за останні 3 роки постійно збільшується. Слід виділити виробництво

соняшникової та пальмової олій. Винятком може стати лише ріпак, який має негативну тенденцію.

Світовий імпорт рослинних олій показаний в табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Світовий імпорт рослинних олій, млн тон

№	Вид рослинної олії	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2017-2019	2017-2020
1	2	3	4	5	6	7
1	Соняшникова	8,53	9,32	9,49	8,48%	11,25%
2	Ріпакова	4,49	4,86	5,01	7,61%	11,58%
3	Соєва	9,81	11,04	11,74	11,14%	19,67%
4	Пальмова	46,45	50,81	52,27	8,58%	12,53%
5	Інші	5,7	5,94	6,2	4,04%	8,77%
6	Загалом	74,98	81,97	84,71	8,53%	12,98%

Динаміка світового імпорту рослинних олій показана на рис. 2.11.

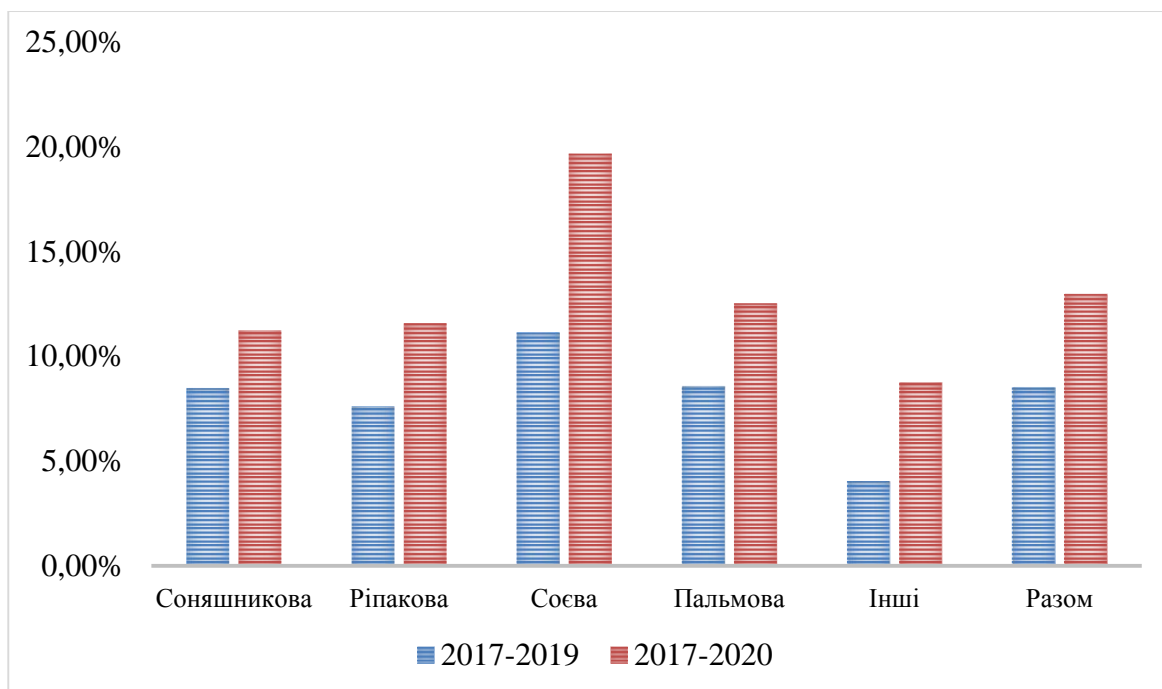


Рисунок 2.11 – Динаміка світового імпорту рослинних олій

На даній діаграмі можемо спостерігати збільшення обсягу світового імпорту рослинних олій. За останній три роки дана тенденція має динаміку до збільшення.

Світовий експорт рослинних олій показаний в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Світовий експорт рослинних олій, млн тон

№	Вид рослинної олії	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2017-2019	2017-2020
1	2	3	4	5	6	7
1	Соняшникова	9,73	10,65	10,72	8,6%	10,17%
2	Ріпакова	4,6	4,95	5,05	7,1%	9,78%
3	Соева	10,54	11,33	11,87	7,0%	12,62%
4	Пальмова	48,57	52,76	54,38	7,9%	11,96%
5	Загалом	79,68	86,11	88,61	7,5%	11,21%

Динаміка світового експорту рослинних олій показана на рис. 2.12.

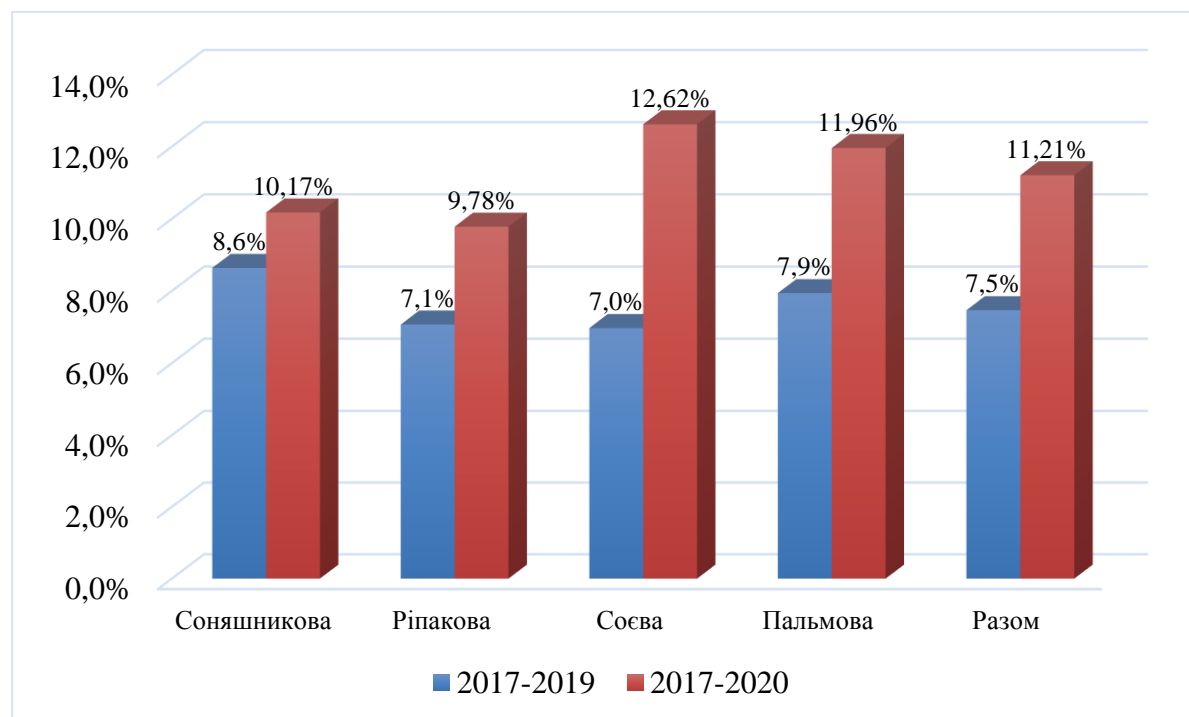


Рисунок 2.12 – Динаміка світового експорту рослинних олій

Дані результати свідчать про позитивну динаміку щодо експорту рослинної олії за останні три роки. Слід зазначити, що всі основні олійні культури з кожним роком збільшуються в даному показнику.

Світове споживання рослинних олій показане в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Світове споживання рослинних олій, млн тон

№	Вид рослинної олії	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2017-2019	2017-2020
1	2	3	4	5	6	7
1	Соняшникова	17,2	18,4	18,86	6,5%	9,65%
2	Ріпакова	29,01	28,1	27,99	-3,2%	-3,52%
3	Соєва	54,71	55,52	57,17	1,5%	4,50%
4	Пальмова	66,5	72,55	74,56	8,3%	12,12%
5	Інші	6,24	6,42	6,59	2,8%	5,61%
6	Загалом	192,35	200,39	205,21	4,0%	6,69%

Динаміка світового споживання рослинних олій показана на рис. 2.13.

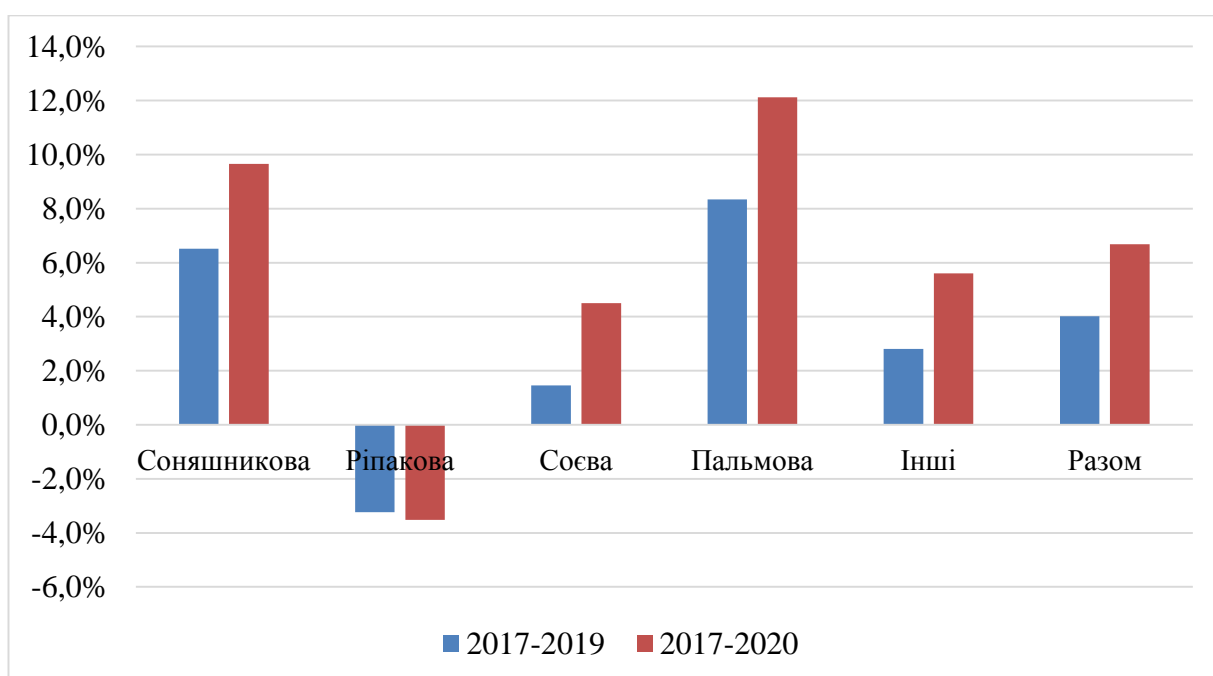


Рисунок 2.13 – Динаміка світового споживання рослинних олій

Отже, стосовно показника споживання рослинної олії, можна зазначити, що за останні три роки людство найбільше використовує у споживанні соняшкову та пальмову олію. Винятком є лише ріпак, який має негативну динаміку.

Таким чином, розвиток виробництва олійних культур і, відповідно, олії та олійно-жирової продукції є досить перспективним напрямом аграрного виробництва загалом.

Експорт соняшникової олії з України показаний в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Експорт соняшникової олії з України

№	Показник	2018 ФР	2019 ФР	2020 ФР	Одиниці виміру
1	2	3	4	5	6
1	Обсяг	5,59	6,1	6,9	млн тон
2	Виручка	4,11	4,028	5,3	млрд дол США

Динаміка експорту соняшникової олії з України показана на рис. 2.14.

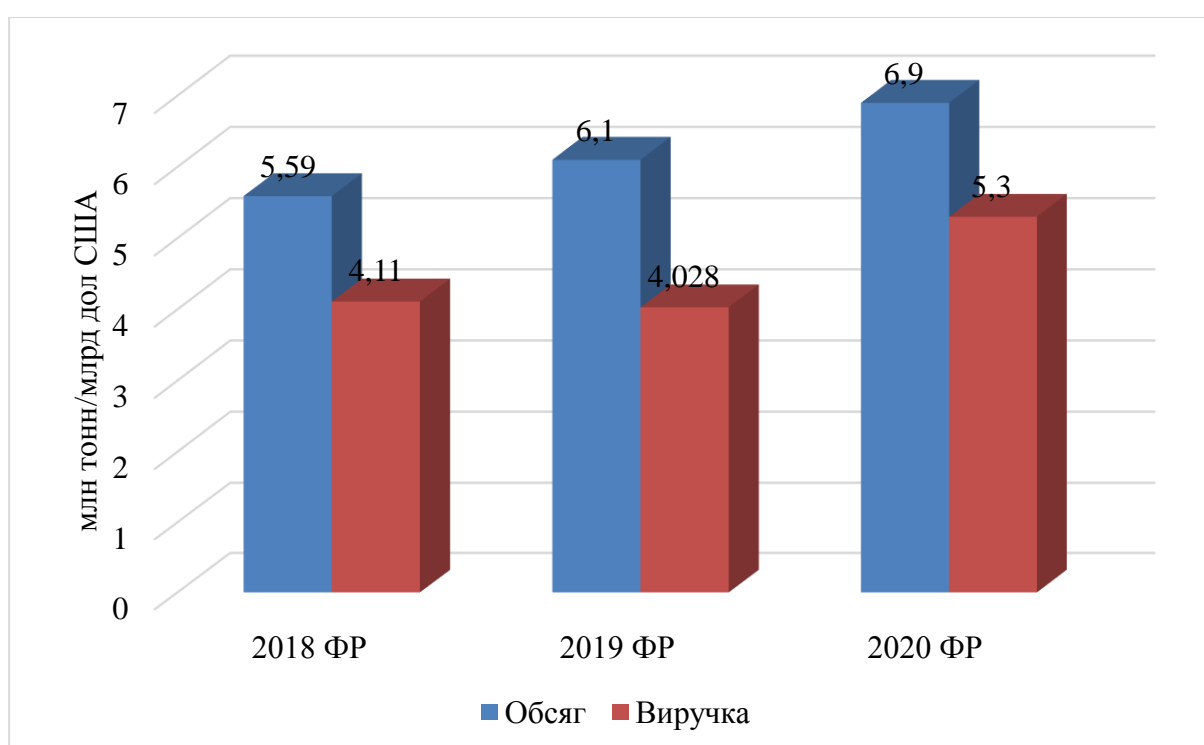


Рисунок 2.14 – Динаміка експорту соняшникової олії з України

Таким чином, експорт соняшникової олії України за останні три фінансові роки постійно збільшується як у обсязі, так і у виручці.

Основні країни-імпортери соняшникової олії компанії «Кернел-Трейд» в період 2018-2020 фінансових років.

Експорт соняшникової олії компанії Кернел показаний в табл. 2.9.

Стосовно України, можна сказати, що олійно-жирова промисловість це одна з провідних галузей харчової промисловості, яка є структурним

підкомплексом аграрно-промислового комплексу і являє собою достатньо економічно розвинену, постійно функціонуючу систему. Сьогодні повністю забезпечені потреби внутрішнього ринку в олійній продукції, зникли сезонні коливання цін.

Таблиця 2.9 – Експорт соняшникової олії компанії Кернел

№	2018 ФР		2019 ФР		2020 ФР	
1	2		3		4	
1	Індія	44%	Індія	30%	Індія	33%
2	ЄС	22%	ЄС	20%	Китай	17%
3	Китай	19%	Китай	19%	Нідерланди	10%
4	інші	15%	інші	31%	інші	40%

Виробнича база підприємств дозволяє переробляти різні види насіння олійних культур: соняшника, ріпаку, сої, а вкладені інвестиції зумовлюють інвесторів проводити зважену цінову політику відносно олійної сировини, що стимулює їх до вирощування олійних культур. Випереджаючий ріст переробних потужностей зумовлює жорстку конкуренцію між переробними підприємствами на внутрішньому ринку олійних культур і є фактором підтримки рівня закупівельних цін на олійні культури. Олійний ринок України є одним із перспективних секторів аграрного виробництва. Олійна продукція користується зростаючим попитом на світовому ринку, що зумовлено двома основними факторами:

- більшою переорієнтацією у структурі харчування людей на олії і жири рослинного походження через їх фізіологічні переваги і більш доступні ціни порівняно із тваринними жирами;

- динамічним зростанням у всьому світі виробництва біодизельного пального на основі рослинних олій на фоні прогресуючого зростання цін на мінеральні енергоресурси та зменшення їх природних запасів.

Для забезпечення стійкого функціонування олійно-жирової промисловості, її структурні елементи повинні певним чином підбиратися і раціонально територіальне розміщуватися. При цьому вони мають бути

структурно і функціонально упорядкованими у просторі та часі, забезпечуючи самовідтворення.

З метою удосконалення регулювання діяльності олійно-жирового комплексу, посилення його конкурентних переваг поряд з реформуванням організаційної і управлінської структури та системи взаємодії комплексу з регіонами в роботі обґрунтовано ряд заходів. До них відносяться:

- застосування високоефективних методів діяльності, технологій, нових товарів та послуг;
- поліпшення матеріально-технічної бази з використанням лізингових схем фінансування;
- вивчення стану і перспектив розвитку товарної кон'юнктури національного, регіональних і зовнішніх ринків; орієнтація галузі на вимоги ринку;
- активний вплив на формування ринку олійно-жирової продукції; стимулювання збуту.

З метою використання ринкових механізмів при формуванні ефективної структурно-динамічної моделі олійно-жирового комплексу необхідним є дотримання концептуальних основ і принципів, у тому числі:

- створення сприятливого організаційно-правового і економічного середовища;
- цільова спрямованість і проблемний підхід у виборі і реалізації пріоритетів;
- інноваційний тип розвитку з опорою на власні ресурси;
- функціонально-галузева і функціонально-територіальна збалансованість структурної, промислової, регіональної і регуляторної політики;
- використання потенціалу інтеграційних процесів.

З урахуванням загострення конкуренції на світових ринках стратегія підвищення конкурентоспроможності вітчизняного олійно-жирового комплексу, а саме підприємства «Кернел-Трейд» має базуватися на формуванні дієздатних кластерів, до складу яких залучаються підприємства-

лідери і технологічно пов'язані з ними спеціалізовані виробництва цієї чи суміжної галузі. Основою забезпечення ефективного розвитку олійно-жирового комплексу є здійснення реструктуризації підприємств, систем управління та покращення фінансового стану.

2.3 Аналіз основних економічних показників компанії «Кернел-Трейд»

Здійснення аналізу економічних показників робиться для того, щоб порівняти певні роки діяльності компанії. За допомогою нього вона може дізнатися наскільки ефективно здійснює свою діяльність. Даний аналіз діяльності компанії «Кернел-Трейд» буде проводитися за 2020-2018 фінансові роки (табл. 2.10).

Оскільки підприємство є лідером у виробництві соняшникової олії не тільки в Україні але й у світі, то це очевидно, що основну частину переробки та реалізації своєї продукції є саме із соняшнику.

Результатом проведення аналізу стало виявлення того, що компанія й надалі підтримує збільшення динаміки переробки та реалізації олійних культур (особливо соняшникової олії). Дана тенденція спостерігається в період 2019-2018 років, коли переробка олійних культур збільшилася на 1%, а у період 2020-2019 років цей показник збільшився на 12%.

Крім того, кожного року у період 2018-2020 років компанія збільшувала реалізацію соняшникової олії на 7%, але реалізація інших олійних культур мала змінну тенденцію: 2019 ФР компанія зменшила обсяги продажу даної олії, а 2020 ФР збільшила її продаж аж на 18% у порівнянні із попереднім фінансовим роком.

Щодо витрат на реалізацію, вони мали різну динаміку, оскільки важливим фактором була зміну курсу валюти.

Таблиця 2.10 – Основні показники операційної діяльності в сегменті переробки олійних культур

№	Показник	2018	2019	2020	2019/2018		2020/2019	
					абс відх	відн відх	абс відх	відн відх
1	2	3	4	5	5	6	7	8
1	Перероблені олійні культури, тис тон	3112	3155	3540	43	1%	385	12%
2	Реалізація соняшникової олії, тис тон	1570	1687	1812	117	7%	125	7%
3	Реалізація інших олійних культур, тис тон	1542	1468	1728	-74	-5%	260	18%
4	Витрати на реалізацію соняшникової олії, тис дол США	210	157	45	-53	-25%	-112	-71%
5	Витрати на реалізацію інших олійних культур, тис дол США	80	113	170	33	41%	57	50%
6	Виручка від реалізації соняшникової олії, тис дол США	1360	1530	1767	170	13%	237	15%
7	Виручка від реалізації інших олійних культур, тис дол США	1462	1355	1558	-107	-7%	203	15%
8	Загалом виручка, тис дол США	2822	2885	3325	63	2%	440	15%
9	Витрати на податки, відсотки і амортизацію, тис дол США	2516	2677	3113	161	6%	436	16%
10	ЕВІТДА, тис дол США	306	208	212	-98	-32%	4	2%
11	ЕВІТДА margin, %	4,8	6,5	7,3	2	1,4	0,8	1,1

Важливим показником є загальна виручка від реалізації олії, вона показує, що компанія вдало продала свою продукцію на ринку, оскільки можемо побачити її динаміку до зростання: у 2019 ФР на 2%, а у 2020 ФР аж на 15%, в порівнянні з попередніми роками.

ЕВІТДА свідчить про те, що загальний приплив коштів, отриманий фірмою за звітний період, означає, що фірма має більше готівки для покриття своїх витрат. Чим вищий показник ЕВІТДА фірми, тим більш сприятливим він

є для загальної фінансової позиції фірми. Згідно аналізу у період 2018-2019 року даний показник зменшився на 32%, і в наступному фінансовому році тримається приблизно на тому ж рівні, але тепер із позитивною динамікою 2%. Розрахунок рентабельності EBITDA компанії корисний при оцінці ефективності зусиль компанії по скороченню витрат.

На прибутковість мали вплив два фактори:

- великий врожай насіння соняшника;
- падіння світових цін на соняшникову олію.

Стосовно показника EBITDA margin, можна сказати, що чим вище маржа EBITDA компанії, тим менше її операційні витрати по відношенню до загальної виручки. Показник EBITDA margin зріс на 40% та 10% відповідно у 2019 ФР та 2020 ФР, що свідчить про позитивну оцінку діяльності компанії «Кернел-Трейд».

Динаміка основних показників обсягу переробки та реалізації олійних культур зображена на рис. 2.15.

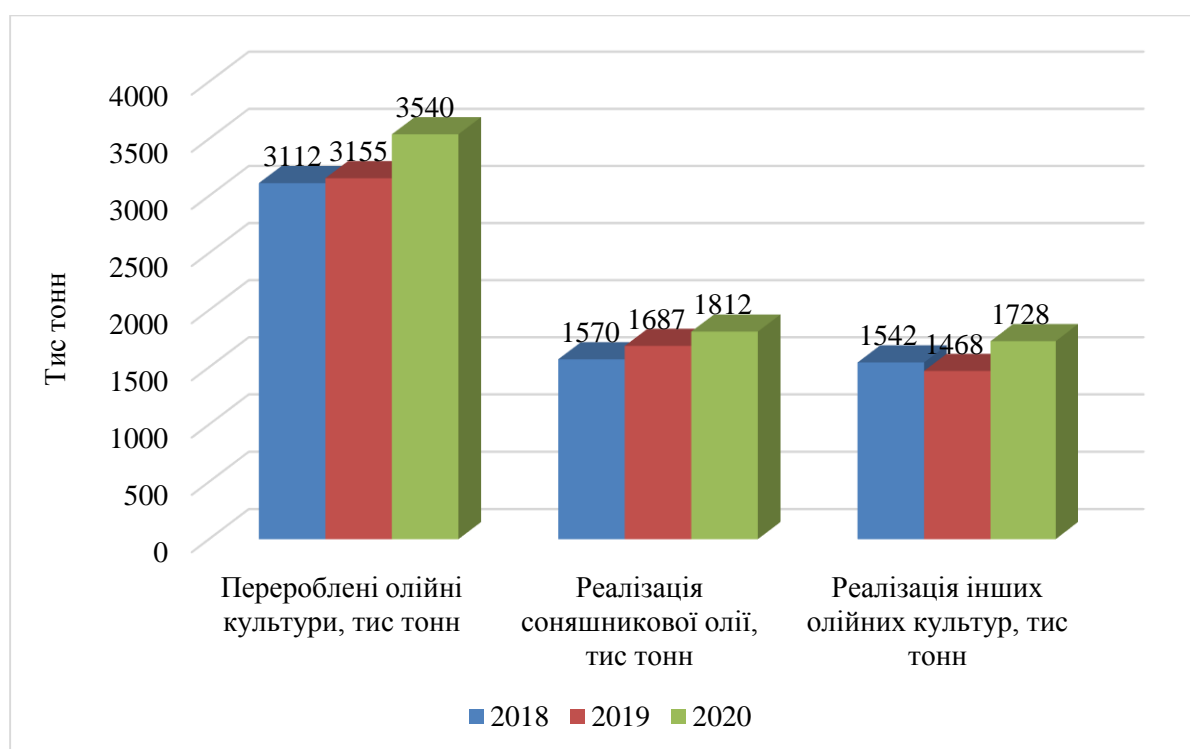


Рисунок 2.15 – Динаміка основних показників обсягу переробки та реалізації олійних культур

Динаміка основних показників виручки від реалізації олійних культур показана на рис. 2.16.

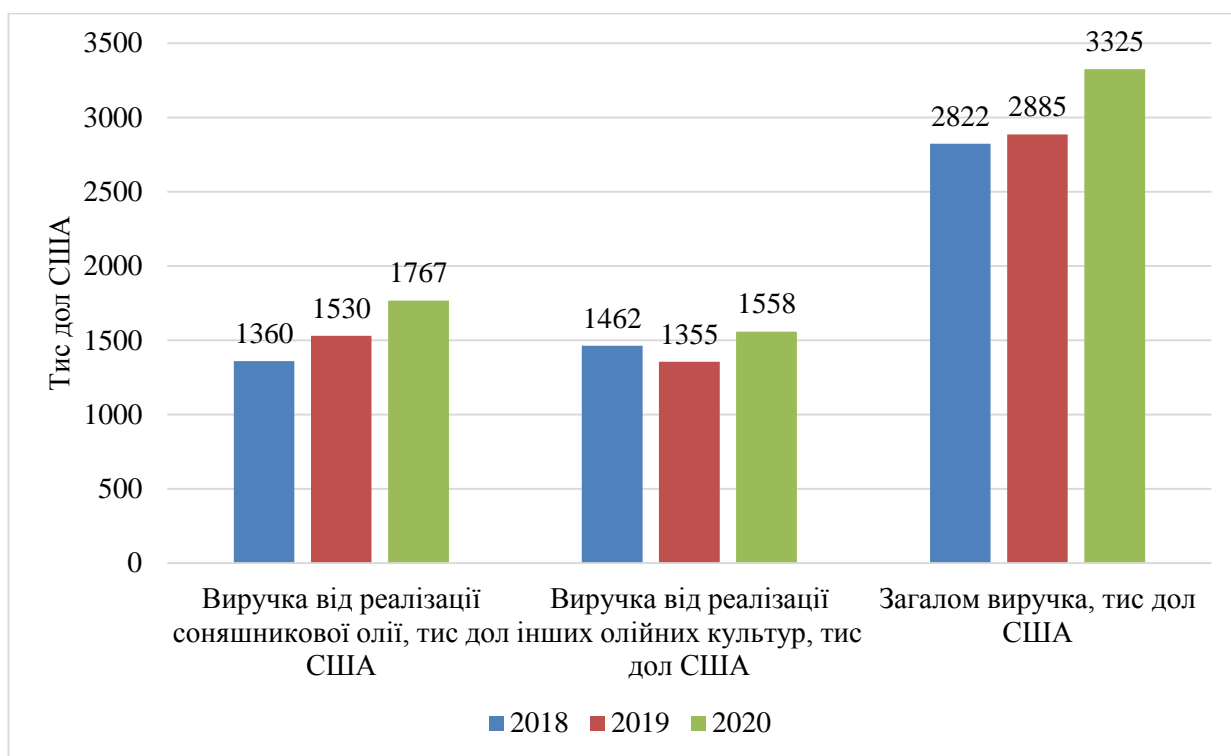


Рисунок 2.16 – Динаміка основних показників виручки від реалізації олійних культур

Динаміка EBITDA margin показана на рис. 2.17.

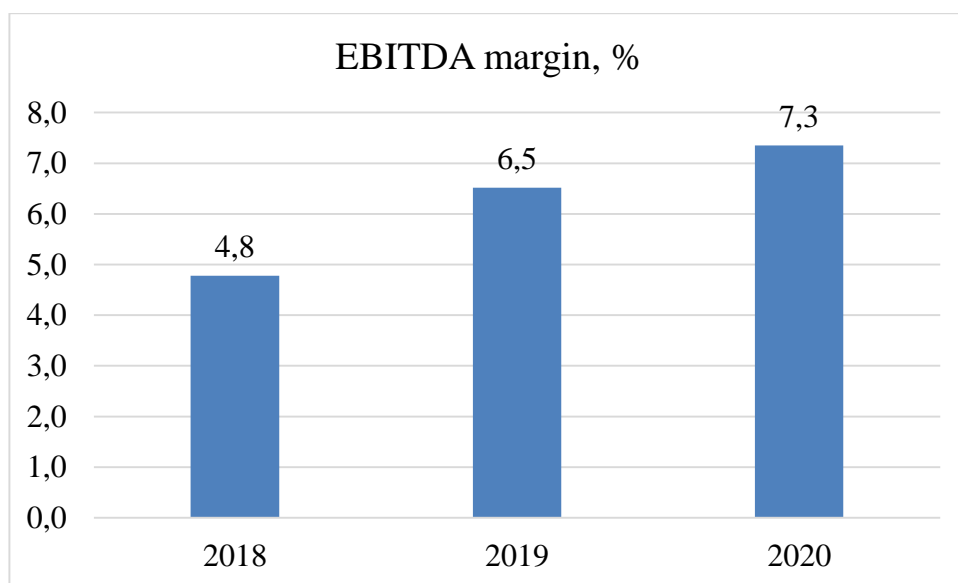


Рисунок 2.17 – Динаміка EBITDA margin

Основні показники операційної діяльності в сегменті інфраструктури і трейдингу наведені в табл. 2.11.

Таблиця 2.11 – Основні показники операційної діяльності в сегменті інфраструктури і трейдингу

№	Показник	2018	2019	2020	2019/2018		2020/2019	
					абс відх	відн відх	абс відх	відн відх
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Обсяги експорту зерна, млн тонн	4678	5755	6730	1077	23%	975	17%
2	Кількість експортних терміналів	45	51	54	6	13%	3	5%
3	Пропускна спроможність експортних терміналів, млн тонн	3956	4205	5325	249	6%	1120	27%
4	Кількість елеваторів	64	68	69	1	6%	1	1%
5	Обсяги приймання зерна та олійних культур на елеваторах	3675	3976	3845	301	8%	-131	-3%
6	Виручка	2650	2750	2980	100	4%	230	8%
7	Витрати на податки, відсотки і амортизацію, тис дол США	2506	2605	2830	99	4%	225	9%
8	ЕВІТДА, млн дол США	144	145	150	1	1%	5	3%
9	ЕВІТДА margin, %	18,40	18,97	19,87	1	3%	0,90	5%

Оскільки компанія «Кернел-Трейд» має більший відсоток земель для вирощування зернових культур, то й не дивно, що обсяги експорту зернових тільки збільшуються: у 2019 ФР відбулося збільшення на 23%, а у 2020 ФР – на 17% порівняно із попередніми.

Щодо показника пропускної спроможності експортних терміналів, можна помітити його збільшення, це пов'язано зі збільшенням кількості даних терміналів, які пропускають рух зерна через себе: у 2019 ФР – збільшення на 6%, а у 2020ФР – на 27% у порівнянні із попереднім ФР.

Щодо показника обсягу приймання зерна та олійних культур на елеваторах, можна помітити його зміну, це пов'язано зі збільшенням кількості

елеваторів, які обробляють зерно та олійні культури, які надходять із полів: збільшення на 8% у 2019 ФР та зменшення на 3% у 2020 ФР у порівнянні із попереднім ФР.

Показники EBITDA та EBITDA margin у даному секторі має тенденцію до збільшення, що свідчить про позитивну операційну діяльність компанії.

Основні показники операційної діяльності в сегменті Агробізнес показані в табл. 2.12.

Таблиця 2.12 – Основні показники операційної діяльності в сегменті Агробізнес

№	Показник	2018	2019	2020	2019/2018		2020/2019	
					абс відх	відн відх	абс відх	відн відх
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Дохід, млн дол США	390	430	587	40	10%	157	37%
2	Витрати на податки, відсотки і амортизацію, млн дол США	270	322	495	52	19%	173	54%
3	Дохід з гектару, дол США/га	689	820	1215	131	19%	395	48%
4	Собівартість продукції з гектару дол/га	420	515	718	95	23%	203	39%
5	Зібрані площі, тис га	564	580	515	16	3%	-65	-11%
6	EBITDA, млн дол США	120	108	92	-12	-10%	-16	-15%
7	EBITDA з гектару, дол США/га	268,26	304,12	495,64	35,86	13%	191,53	63%

Показник собівартості продукції можна визначити шляхом підрахунку всіх витрати які були задіяні для вирощування продукту на 1 га:

- оплата праці механізаторів (відповідно до виконаних технологічних операцій на полі);
- оплата праці інших працівників (агрономів, охоронців);
- нарахування на оплату праці (податкові та інші нарахування);
- вартість ПММ, з розрахунку використаної кількості літрів на гектар;
- вартість автопарку, т/км;

- вартість насіння (яке сіяли);
- вартість добрив;
- вартість ЗЗР;
- комбайновий парк власний, якщо техніка орендувалася – вартість послуг оренди;
- вартість води та інших витратних матеріалів (якщо застосовувались).

Даний показник мав тенденцію до збільшення: це пов'язано зі збільшенням курсу долара.

Показник доходу з гектару також має динаміку до збільшення, це пов'язано зі збільшенням собівартості виробленої продукції а також зміною курсу долара.

Динаміка показника ЕВІТДА з гектару зображена на рис. 2.18.

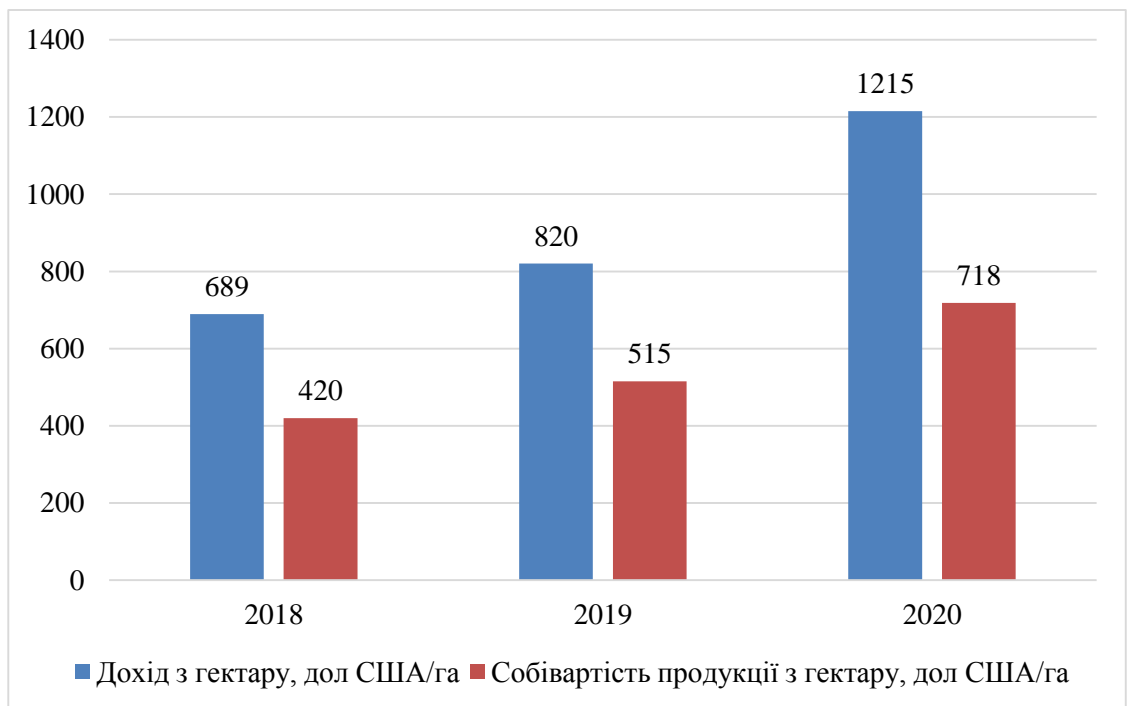


Рисунок 2.18 – Показник ЕВІТДА з гектару

Показник ЕВІТДА з гектару має позитивну динаміку, яка залежить від доходу з гектару та витрат на податки, відсотки і амортизацію.

2.4 Висновки до розділу 2

В даному розділі було проаналізовано діяльність ТОВ «Кернел-Груп» на агропромисловому ринку України. Kernel Group – українська група компаній, що працює в агропромисловому секторі, була заснована у 1995 році запуском перших елеваторів та початком експорту сільськогосподарської продукції. «Кернел» – найбільший у світі виробник и експортер соняшникової олії, провідний виробник та постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. На частку компанії припадає приблизно 8% світового виробництва соняшникової олії. Свою продукцію «Кернел» поставляє у більш ніж 80 країн світу. Земельний банк «Кернел» – 530 тис. га. Торгові марки компанії: «Щедрий Дар», «Стожар», «Чумак», «Оліо», «Маринадо», «Blanc», «Kernel», «Premi».

Бізнес-модель компанії складається із 7 окремих підрозділів, які співпрацюють між собою: агробізнес, елеватори, закупівля зернових і олійних культур, експорт зернових, заводи з переробки олійних культур, експорт олії, портові термінали.

З урахуванням загострення конкуренції на світових ринках стратегія підвищення конкурентоспроможності вітчизняного олійно-жирового комплексу, а саме підприємства «Кернел-Трейд» має базуватися на формуванні дієздатних кластерів, до складу яких залучаються підприємства-лідери і технологічно пов'язані з ними спеціалізовані виробництва цієї чи суміжної галузі. Основою забезпечення ефективного розвитку олійно-жирового комплексу є здійснення реструктуризації підприємств, систем управління та покращення фінансового стану.

РОЗДІЛ 3

ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД» ЗА РАХУНОК ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ ПРОДАЖІВ ОЛІЙНО- ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

3.1 Виявлення можливостей щодо покращення управління збутом олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд»

На сучасному етапі значна увага повинна приділятися підвищенню ролі збутової діяльності та продажу продукції підприємств агропромислового комплексу України, зокрема олійно-жирової продукції. Це обумовлено, перш за все, необхідністю їх адаптації до вимог світового ринку, а саме:

- необхідністю пристосування організаційної структури підприємства до ринкових вимог;
- потребою в удосконаленні виробничої діяльності, оскільки збут є показником ефективності функціонування виробничої системи підприємства;
- боротьбою за споживача, адже у конкурентному середовищі саме споживачі самостійно вибирають постачальника, керуючись мотивом найбільшої вигоди.

Таким чином, в умовах ринкової економіки компанія «Кернел-Трейд», як виробник продукції, повинен управляти та контролювати весь процес товароруху – починаючи від поставок сировини та закінчуючи доставкою готової продукції кінцевому споживачеві.

Управління розподілом продукції (збутом) означає створення системи товароруху, тобто системи, яка забезпечує доставку продукції до місця продажу (споживання) в точно визначений час, з максимально високим рівнем обслуговування покупців, тобто управлінська діяльність з планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням продукції від місця її

виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для виробника.

Діяльність підприємства в галузі збуту й розподілу продукції доцільно підпорядковувати забезпеченню доставки вироблених товарів у необхідній кількості в таке місце та час, які більше влаштовують споживачів та сприяти звертання уваги покупців на продукцію фірм і стимулювати розширення (продажу) кінцевим споживачам. Інструментом впливу на споживача з боку фірми в рамках збутової політики є, з одного боку, канали розподілу, їхня структура, сам процес вибору збутових каналів, а з іншого – дії з розробки та реалізації маркетингових заходів щодо фізичної дистрибуції товару.

Головним змістом збутової політики компанії «Кернел-Трейд» є вибір оптимальної схеми доставки продукту від виробника до споживача, її фізичний розподіл, а також обслуговування споживачів і після продажу їм своєї продукції. Тому побудова ефективної збутової мережі та вибір оптимальних каналів розподілу – є стратегічно важливими рішеннями, що безпосередньо впливають на продаж олійно-жирової продукції компанії.

Специфіка товарів, які реалізуються на зарубіжному ринку, зумовлює і конфігурацію каналів їх розподілення. Товари кінцевого споживання мають чотири найбільш типові конфігурації каналів розподілення:

- виробник – роздрібний торговець – споживач;
- виробник – оптовик – роздрібний торговець – споживач;
- виробник – агент – роздрібний торговець – споживач;
- виробник – агент – оптовик – роздрібний торговець – споживач.

Важливу роль в управлінні збутом олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд» відіграють критерії вибору каналу її розподілу. До найбільш поширених критеріїв, належать:

- витрати, зокрема, оплата поточної діяльності посередників;
- контроль фірми за діяльністю посередника і, відповідно, його контроль за станом охоплення ринку.

У міжнародній практиці сукупність цих критеріїв дістала назву концепції «3С» збуту. Ґрунтовніший підхід до вибору каналу збуту дістав назву «6С» (рис. 3.1) згідно з яким до елементів «3С» додаються ще три елементи, що дає можливість проведення більш повного аналізу вибраних каналів розподілу.

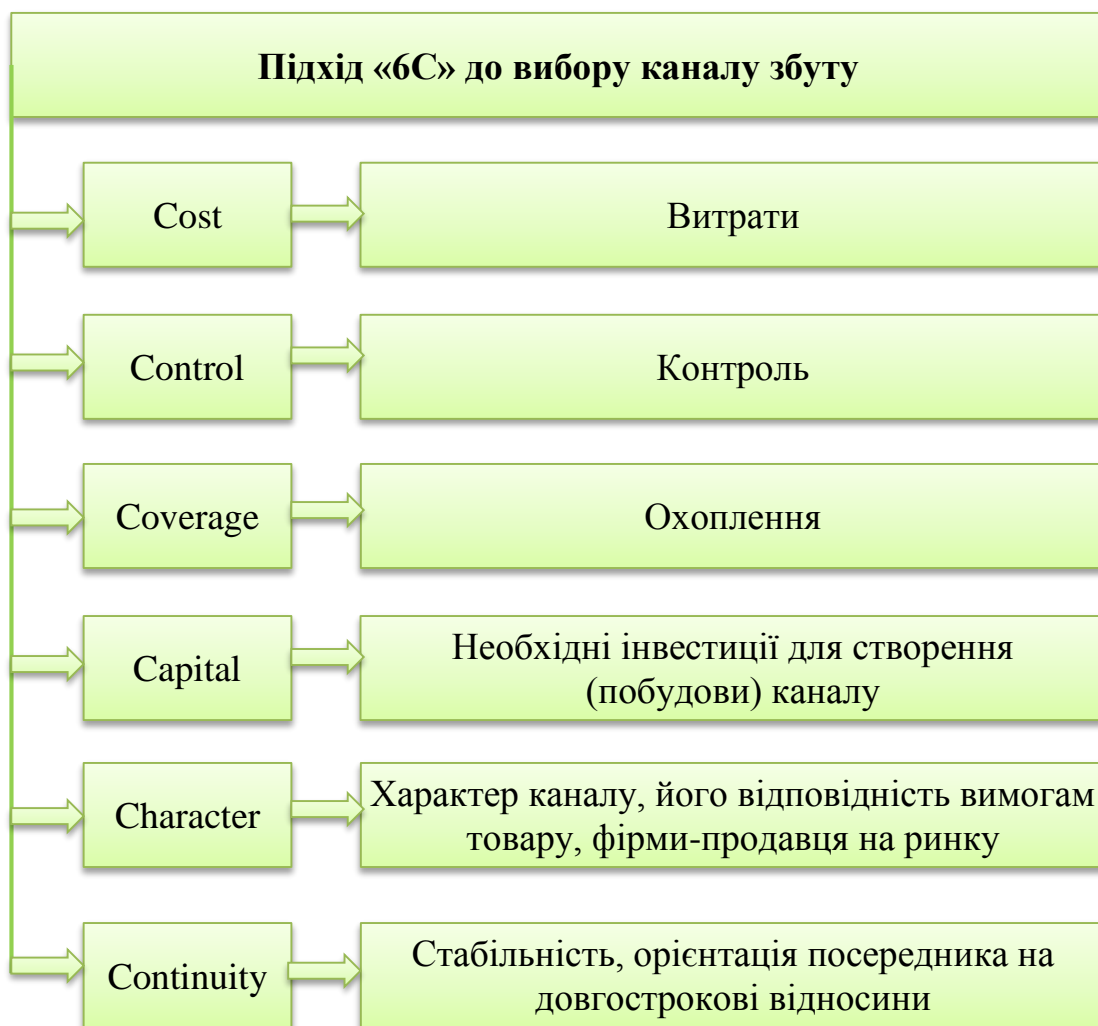


Рисунок 3.1 – Підхід «6С» до вибору каналу збуту

Аналізуючи продукцію продукції компанії «Кернел-Трейд», заслуговують на увагу фактори, що визначають вибір каналу розподілу олійно-жирової продукції (рис. 3.2). Все це обумовлено характеристиками, притаманними сільськогосподарській продукції, що визначаються видом, призначенням, середньою ціною одиниці товару і сезонністю виробництва.

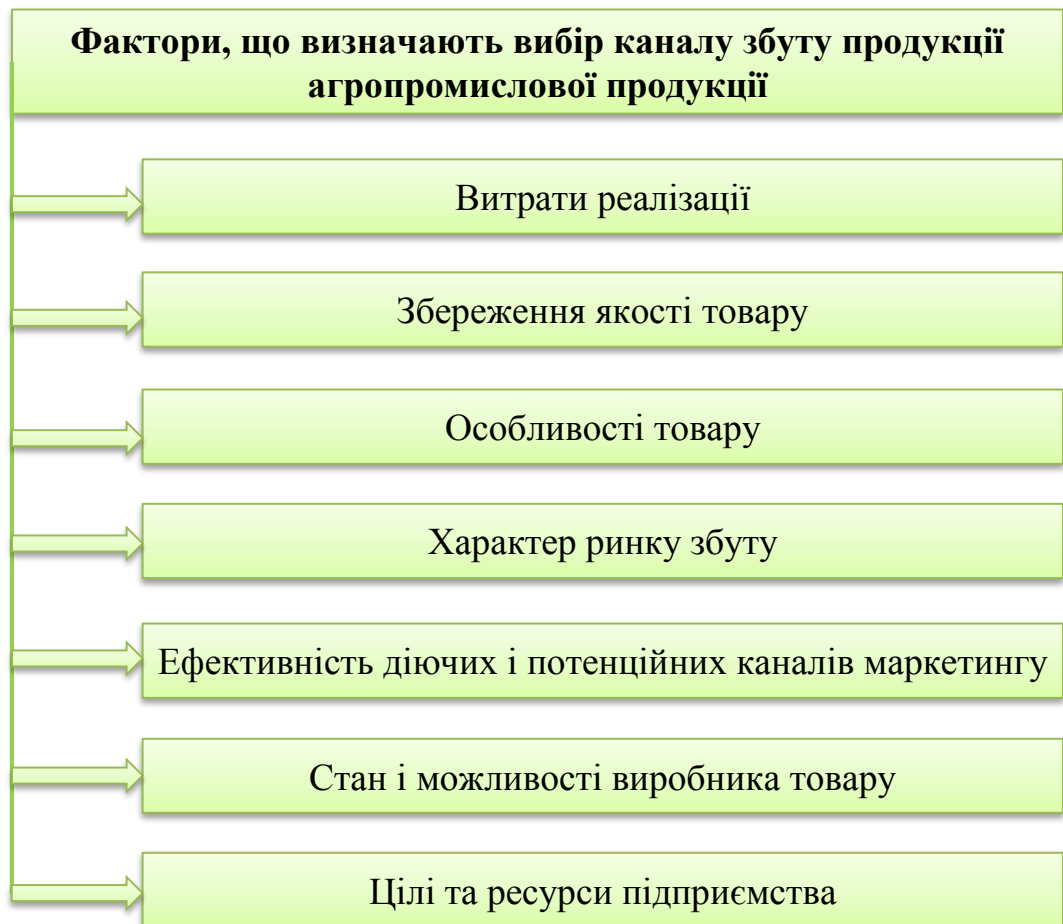


Рисунок 3.2 – Фактори вибору каналу збуту продукції компанії «Кернел-Трейд»

Під час вибору каналу збуту витрати на реалізацію доцільно аналізувати в розрізі витрат на транспортування, торгове обслуговування, стимулювання збуту, зберігання, однак співробітники компанії «Кернел-Трейд» такий аналіз практично не проводять.

Оскільки вид товару дає інформацію про тривалість його максимального зберігання, товари тривалого зберігання (наприклад, зерно), можуть розподілятися через довгі непрямі канали збуту, що мають ряд посередницьких ланок, а розподіл товарів, які швидко псуються (наприклад, молоко), має здійснюватися через найкоротші канали. Всі ці особливості агропромислової продукції ставлять спеціальні вимоги до каналів розподілу, а саме: проведення ретельного дослідження ринку, формування розвиненого складського господарства та побудова оптимальної логістичної системи.

Використовуюючи досвід політики розподілу продукції підприємств країн розвинутої економіки в сфері зовнішньоекономічної діяльності, важливим для компанії «Кернел-Трейд» є врахування таких чинників як:

- зростання витрат, обумовлене товаром, що перетинає кордон;
- високі вимоги до виконання умов постачання, що склалися на світовому ринку;
- більш високі ризики, пов'язані з відстанню, політичними проблемами, митними бар'єрами, валютним курсом;
- відмінності між системами збуту різних країн.

Таким чином, в процесі аналізу було виявлено актуальні проблеми управління продажем та збутом олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд», які полягають в необхідності більш ефективного обґрунтування стратегії її реалізації.

Задля створення дієвих умов роботи олійно-жирових підприємств різних форм власності і господарювання, поліпшення обліку й уніфікації оформлення операцій із олійним насінням і продуктами його перероблення 11.09.2009 Міністерство аграрної політики та продовольства України видало наказ № 656 «Про затвердження Порядку обліку сировини, матеріалів та готової продукції на підприємствах олійно-жирової галузі» [2].

Даний Порядок встановлює організацію та ведення первинного обліку олійно-жировими підприємствами, їх структурними підрозділами, іншими виробництвами незалежно від форм власності і господарювання, що здійснюють переробку олійної і жирової сировини та виробляють олію, маргаринову продукцію, майонез та соуси з використанням олій, миловарну продукцію та інші види олійно-жирової продукції.

Запровадження Порядку зумовлено потребою забезпечити однаковий первинний облік олійно-жирових виробництв з урахуванням вимог чинного законодавства, галузевих особливостей, практичного досвіду та змін у господарському механізмі підприємств. Процес постачання олійно-жирової продукції підприємства можна побачити табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Процес постачання олійно-жирової продукції

№	Етап	Характеристика
1	2	3
1	Визначення обсягу	Визначення кількості сировини, матеріалів, готової продукції при прийманні, передачі повинно проводитись ваговим методом.
2	Зважування	Облік руху олії дозволяється проводити з використанням масових витратомірів. Результати перевірки ваг відмічаються у книзі відвантажувачів на вантажі, що ввозяться і вивозяться через автомобільні ваги, книзі реєстрації вантажів, що прибули залізницею і водним транспортом, та книзі відважувань або в журналі обліку засобів вимірювання і в технічних паспортах на ваги. На ваги ставиться клеймо про дату перевірки. Зважування сировини, матеріалів і готової продукції при отриманні та відвантаженні проводиться матеріально відповідальною особою.
3	Перевірка якості	Для перевірки достовірності даних постачальника про якість олійного насіння представник лабораторії підприємства-одержувача відбирає проби відповідно до вимог чинної нормативної документації і виконує контрольні аналізи експресним методом на лабораторних приладах. В разі розбіжностей результатів аналізу випробування проводяться відповідно до вимог чинних нормативних документів (стандартів). При відбиранні проб надається перевага принципу пропорційного відбору проби, при якому з кожної тони олійної сировини відбирається встановлена нормативними документами кількість сировини.
4	Приймання	Приймання сировини відбувається згідно з вимогами законодавства, державних стандартів, технічних умов, особливих умов постачання товарів (сировини), договірних зобов'язань постачальників сировини і покупців готової продукції, статутів залізничного, автомобільного і водного транспорту. При складанні договорів на поставку сировини перелік якісних показників може включати не тільки показники, що входять у чинні стандарти на дану сировину, але також і ті, які мають важливе значення для ведення технологічного процесу (наприклад, показник "вміст воску" в олії для олійно-жирових підприємств, що переробляють олію).

Закінчення табл. 3.1

1	2	3
5	Перевірка документів	Товарно-транспортні накладні та інші супровідні документи на сировину, що надходить, направляються до відділу постачання (або іншого відділу, що виконує ці функції) підприємства. Працівники відділу зобов'язані зареєструвати вищевказані документи в журналі обліку вантажів, що надійшли, перевірити їх відповідність умовам договору щодо асортименту сировини, матеріалів, їх кількості, цін, термінів відвантаження тощо, зробити в картках або книзі оперативного обліку відповідний запис, передати документи до фінансового відділу або до бухгалтерії.
6	Зберігання	У процесі зберігання і підробітку олійного насіння відбувається зміна його якості (тобто зниження вологості і смітєвих домішок), що спричиняє зміну маси олійного насіння. Убуток маси олійного насіння (за рахунок зниження вологості і смітєвих домішок) відноситься до технічних (виробничих) втрат і обґрунтовується досягнутим при зберіганні і підробітку поліпшенням його якості. Якість олійного насіння, що передається у виробництво, визначає лабораторія підприємства, за даними якої робиться відповідний запис у книзі кількісно-якісного обліку.

Особливої уваги в системі управління продажем та збутом продукції потребує і проблема підвищення ефективності управління в системі загального менеджменту компанії «Кернел-Трейд».

Досягнення цілей збуту та реалізація його задач здійснюються на підприємствах за допомогою функцій збуту, які виконують канали розподілу. Функціонування цих каналів реалізації олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд» значною мірою визначається специфікою вітчизняного аграрного ринку, яка полягає в поєднанні впливу на економічні результати діяльності підприємств сезонності поставок продуктів харчування та високої рівномірності їх споживання.

Ця особливість диктує додаткові вимоги до каналів збуту: гнучке їх функціонування, формування товарних резервів, розвиненість складського господарства, розгалуженість транспортної системи і необхідність проведення ретельного моніторингу ринку.

Застосування основних елементів логістичної підтримки продажу олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд» дасть можливість підвищити ефективність прийняття управлінських рішень і, відповідно, підвищити фінансові результати діяльності компанії.

Таким чином, у сучасних умовах функціонування національних підприємств на ринку, який характеризується високим рівнем ризику і невизначеністю, використання інструментів логістичної підтримки в управлінні продажем та збутовою діяльністю є необхідною передумовою його вдосконалення, що забезпечить компанії не тільки короткочасний комерційний успіх, але й забезпечить сталий розвиток компанії «Кернел-Трейд» на довгострокову перспективу.

3.2 Рекомендації щодо вдосконалення доставки проданої продукції

В умовах зростання обсягів залізничних перевезень олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд», перед компанією стало актуальним питання автоматизації завдань з управління перевезеннями. Зокрема потребує вдосконалення отримання оперативної інформації про:

- вагони і вантажі;
- вантажовідправників та вантажоодержувачів;
- тарифи на перевезення і додаткові послуги українських залізниць;
- стан вагонів, їх дислокацію, технічні параметри.

Для вирішення поставлених завдань нами було запропоновано обрати компанію ТОВ «Арт Порт», яка є провідною компанією у південному регіоні України з розробки, впровадження і супроводу галузевих рішень для транспортного та зернового бізнесу [43].

Порівняльний аналіз рішень компанії «Арт Порт» для залізничної галузі наведений в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Порівняльний аналіз рішень компанії «Арт Порт» для залізничної галузі

№	Характеристика Рішення	Обмін УЗ	Вагонний парк	Залізнична логістика	Залізнична логістика Basic	Залізничний термінал	Залізничне відвантаження
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Обмін з АС «Клієнт УЗ» – завантаження і створення залізничних накладних, пам’яток ГУ-45, відомостей ГУ-46 / ГУ-46а, накопичувальних карт ФДУ-92 , узгодження документів з ЕЦП	+		+	+	+	+
2	Мобільний додаток “Art: RWL”			+			+
3	Розподіл витрат на залізничні перевезення і станційні збори по вагонам	+		+	+	+	+
4	Завантаження пономерної дислокації вагонів з файлів, пошти, інтернет-джерел (за замовчуванням – довідка ГЮЦ 1338)		+	+	+		+
5	Карта дислокації вагонів		+	+	+	+	
6	Аналітичні звіти щодо дислокації вагонів (оберт вагонів; положення вагонів по станціям; розрахунок тривалості операції і простою; реєстр навантажених рейсів; реєстр порожніх рейсів; рейси вагонів між станціями за період)		+	+	+		
7	Інструкції на повернення порожніх вагонів		+	+			
8	Завантаження залізничного тарифу і маршрутів з відстанями з «ТМ карта» (при наявності модуля ТМCalc)		+	+			
9	Завантаження технічних даних вагонів з бази УЗ		+	+			+
10	Аренда вагонів		+	+			
11	Ремонт вагонів		+	+			
12	Розрахунок вартості перевезень (попередній: залізничний тариф, станційні збори за тарифним керівництвом (подача / забирання, користування), ЗПП, сертифікати, оренда вагонів)			+			
13	Масовий розрахунок перевезень (тендер)			+			
14	Заявки на перевезення: прив’язка залізничних накладних і витрат по ним, розрахунок доходів і рентабельності			+			
15	Облік: купівля, списання, переміщення, використання по залізничним накладним			+			

Розробка програм ведеться на платформі BAS і 1С з використанням WEB– і мобільних технологій.

Вирішальною конкурентною перевагою компанії є професіоналізм співробітників. Це стосується як консультантів, так і розробників програмного забезпечення.

Проведений порівняльний аналіз дав можливість вибрати та запропонувати компанії «Кернел-Трейд» програмний комплекс «Арт: Залізнична Логістика Ultimate» на платформі «1С: Підприємство 8.3».

Комплекс програмних модулів «Арт: Залізнична логістика» дозволяє завантажувати дані про залізничні перевезення з різних систем, компонувати їх в єдиній базі для складання комплексних звітів, а також для автоматизації заповнення внутрішніх документів. У комплект постачання входить послуга інтеграції модулів обміну із залізничними базами даних і системи Замовника.

Комплекс програмних модулів «Арт: Залізнична логістика» складається з наступних функціональних блоків (рис. 3.3).

1. Обмін з АС «Клієнт УЗ» (модуль «Арт: Обмін з УЗ»), який включає: завантаження і підпис залізничних накладних, відомостей користування, накопичувальних карт, розподіл витрат по вагонам, тощо.

2. Дислокація вагонів (модуль «Арт:Вагонний парк»).

3. Розрахунок вартості перевезень, який включає: залізничний тариф («ТМ карта»), станційні збори за тарифним керівництвом (подача/забирання, користування), ЗПП, сертифікати зерна, оренда вагонів.

4. Масовий розрахунок перевезень (тендер).

5. Заявки на перевезення: прив'язка залізничних накладних і витрати.

6. Розрахунок фактичних показників за заявками ТЕО, а саме:

- кількість вагонів по власниках;
- вага;
- доходи та витрати;
- рентабельність.

7. Інструкції, пов'язані із поверненням порожніх вагонів, крім того планування руху вагонів і резервування вагонів під заявки ТЕО;

8. Облік ЗПП, а саме:

- купівля;
- списання;
- переміщення;
- використання за залізничними накладними.

9. Оренда і ремонт вагонів (модуль «Арт: Вагонний парк»).

Функціональні блоки

1. Завантаження та аналіз документів з АС «Клієнт УЗ»
2. Облік витрат на залізничні перевезення
3. Дислокація вагонів
4. Попередній розрахунок перевезень
5. Експедирування (облік заявок на перевезення)
6. Розрахунок користування власними вагонами (для операторів)
7. Облік ЗПП на станціях
8. Облік власних вагонів
9. Отримані і передані в оренду вагони
10. Ремонт вагонів

Рисунок 3.3 – Функціональні блоки «Арт: Залізнична логістика»

Також комплекс програмних модулів «Арт: Залізнична логістика» може виконувати певний перелік додаткових функцій, основні з яких представлені на рис. 3.4.

Загальні функціональні можливості комплексу зображені на рис. 3.5.

Додаткові можливості

- Сервісні можливості продукту:
 - Автоматизована розсилка звітів
 - Зберігання історії змін документів користувачами
 - Додавання власних полів до документів
- Інтеграція з бухгалтерськими системами: 1С, Microsoft, Oracle, SAP (індивідуально)
- Консультаційна допомога персоналу Замовника в інтеграції «Арт: ЖД Логістики» з обліковою системою Замовника
- Постійно діюча лінія підтримки

Рисунок 3.4 – Додаткові можливості «Арт: Залізнична логістика»

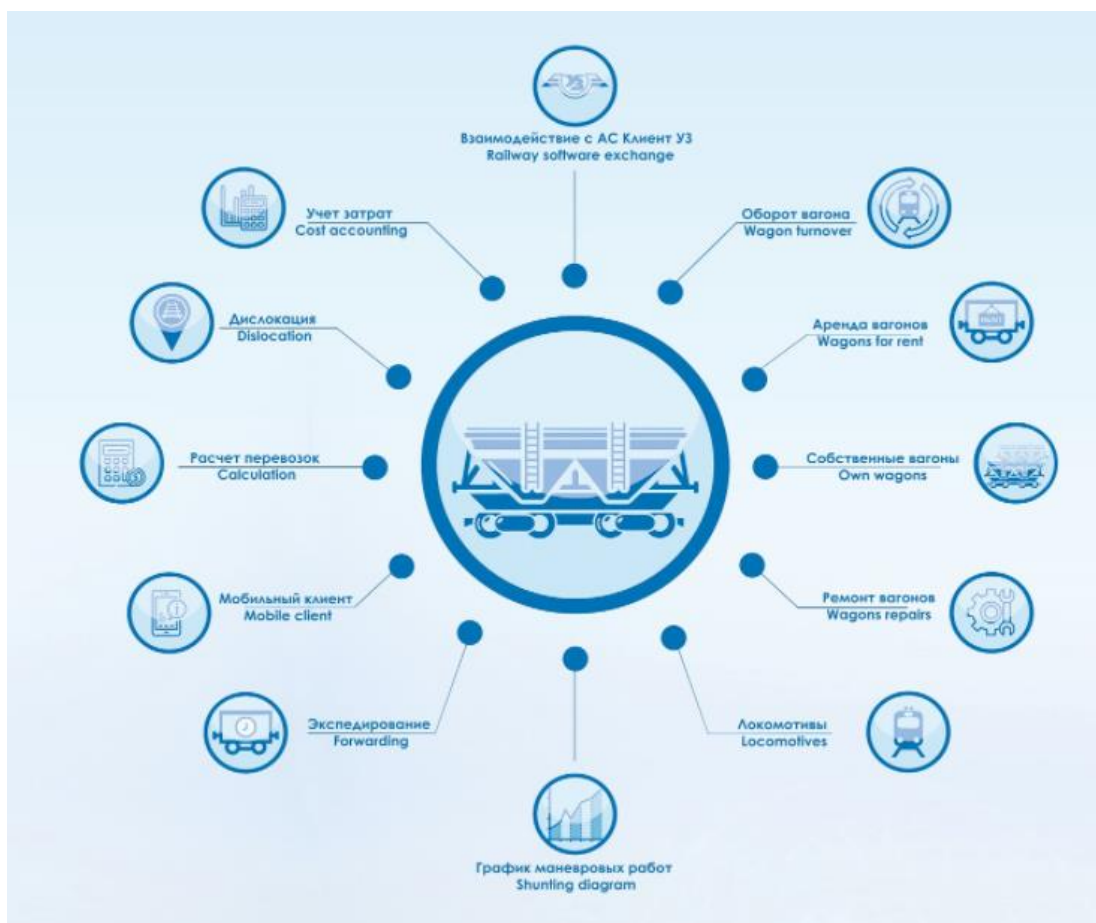


Рисунок 3.5 – Функціональні можливості «Арт: Залізнична логістика»

Проте, окрім програмних модулів «Арт: Залізнична логістика», вважаємо, що компанії «Кернел-Трейд» також потрібно запровадити в комплексі рішення «Арт: Олійноналивний термінал». Це рішення для обліку надходжень і відвантаження саме масляних вантажів.

Функціональні можливості цього рішення зображені на рис. 3.6.

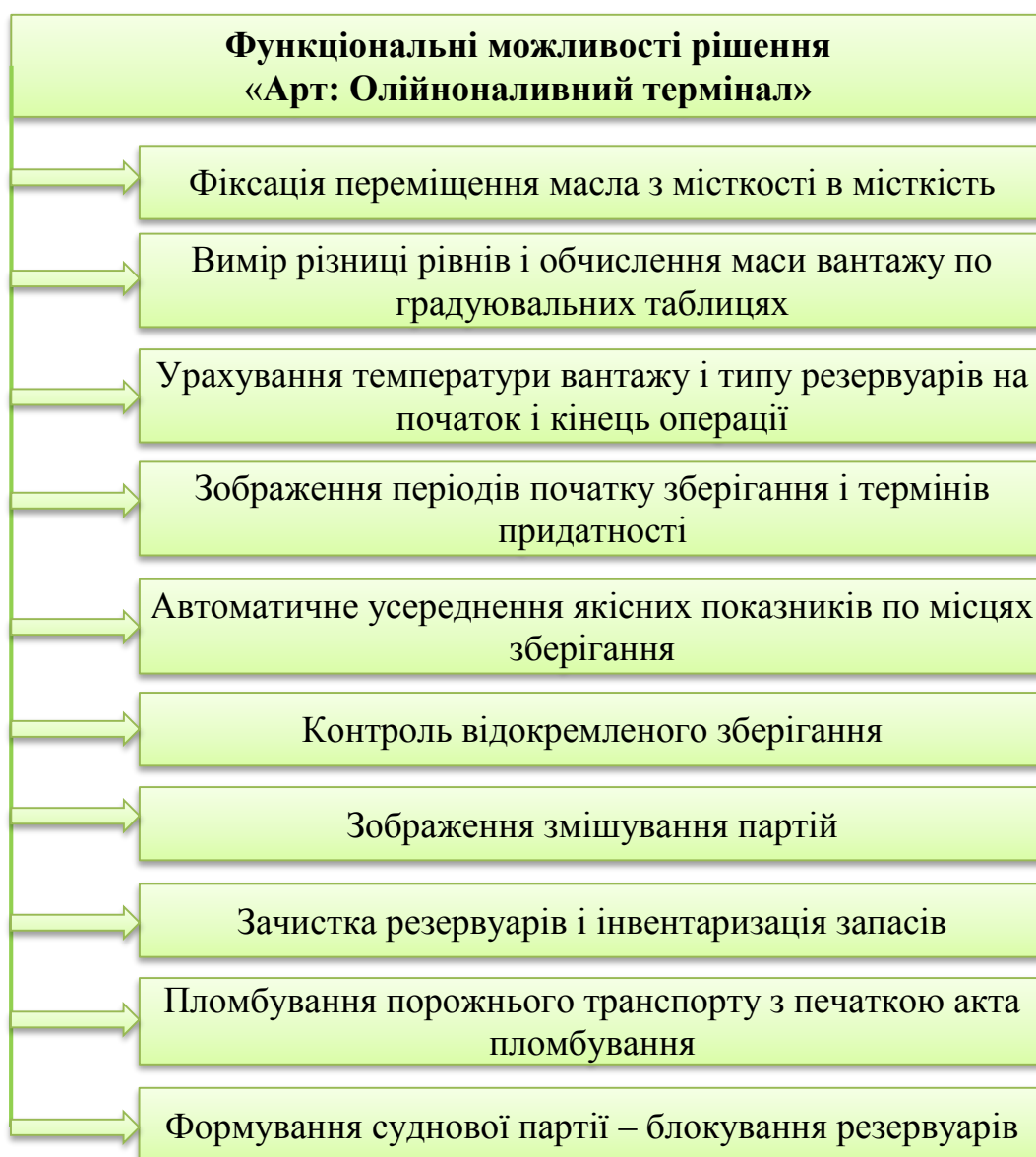


Рисунок 3.6 – Функціональні можливості рішення «Арт: Олійноналивний термінал»

На нашу думку, лише в комплексі ці два рішення забезпечать ефективну логістичну підтримку продажів та збуту олійно-жирової продукції компанії

«Кернел-Трейд». Адже логістичні рішення зазвичай побудовані на інтеграції та оптимізації ланцюга постачання, а не лише однієї ланки.

3.3 Розрахунок економічного ефекту від проектних рекомендацій

Для розрахунку економічного ефекту від наших проектних пропозицій необхідно підрахувати загальні витрати, які компанія «Кернел-Трейд» буде нести на їх реалізацію, а також спрогнозувати можливі доходи, які компанія отримає від їх реалізації.

Період проекту приймемо 3 роки, починаючи з 2021 року – рік запровадження проекту.

Вартість рішень для залізничного транспорту наведені на рис. 3.7. У вартість супроводу рішень для залізничного бізнесу включена підписка на мобільний додаток Art: RWL.

Отже, ми бачимо, що витрати на комплекс програмних модулів «Арт: Залізнична логістика» складатимуться із наступних:

- витрати на закупівлю рішення (постачання) – 72000 грн. на 1 об'єкт;
- витрати на супровід – 8000 грн. на місяць на 1 об'єкт;
- витрати на SaaS – 12000 грн. на місяць на 1 об'єкт;

SaaS – це програма як послуга (Software as a service) – модель поширення програм користувачам, при якій постачальник розробляє певну веб-програму, розміщує її й керує нею (самостійно або через сторонніх осіб) з метою використання її користувачами через інтернет [12]. Таким чином, компанії-замовники платять не за володіння програмами як такими, а за їх використання.

Принциповою відмінністю моделі SaaS є те, що отримується саме послуга та інтерфейс (призначений для користувача або програми), тобто певна функціональність без жорсткої прив'язки до способу її реалізації.

Модуль "Обмін з УЗ" (необхідний СМУ *) Інтеграція в облікову систему підприємства для забезпечення обміну даними з системою АС "Клієнт УЗ", автоматизація обліку документів залізничних перевезень	Постачання 42 000	Супровід 2 000	SaaS*, міс –
Арт:Залізнична Логістика (необхідний СМУ *) Обмін з АС "Клієнт УЗ", облік ЗПП, оренда і ремонт вагонів, масовий розрахунок перевезень	Постачання 72 000	Супровід 8 000	SaaS*, міс 12 000
Art:RWL (мобільний "АС Клиент УЗ" – з функцією формування і підпису залізничних накладних і розкредитування) необхідний СМУ* мобільний додаток для оперативного доступу до документів АС "Клієнт УЗ" і їх обробки	Постачання –	Супровід –	SaaS*, міс 3 000
Арт:Вагонний парк (включає завантаження дислокації** из 1 джерела) облік руху вагонів на підставі даних дислокації, облік власного і орендованого рухомого складу	Постачання 42 000	Супровід –	SaaS*, міс 4 000
** Завантаження відомостей про дислокацію вагонів облік руху вагонів на підставі даних дислокації, облік власного і орендованого рухомого складу	Постачання 10 000	Супровід –	SaaS*, міс –
Арт:Залізничне Відвантаження, включає Арт:Комерційний агент(мобільне рішення) Оперативний облік руху і навантаження вагонів на залізничній ділянці підприємства	Постачання 144 000	Супровід 0,15 EUR за вагон (розрахунок по курсу НБУ, у грн)	SaaS*, міс –
Арт:Залізничний Термінал, включає Арт:Комерційний агент (мобільне рішення) Оперативний облік подачі / забирання вагонів і маневрових робіт залізничного терміналу.	Постачання 144 000	Супровід 0,15 EUR за вагон (розрахунок по курсу НБУ, у грн)	SaaS*, міс –
Арт:Залізнична Дільниця	Постачання 42 000	Супровід –	SaaS*, міс –
Арт:Комерційний агент станції	Постачання 10 000	Супровід –	SaaS*, міс –
* СМУ – Сервер модуля узгодження	Використання на 12 місяців 31 100	Використання на 1 місяць 4 000	SaaS*, міс –

Рисунок 3.7 – Вартість рішень для залізничного транспорту

(* ціна залежить від кількості робочих місць)

Враховуючи те, що вказані вартості на 1 об'єкт, а в компанії «Кернел-Трейд» є 8 олійноекстракційних заводи (див. розділ 2), то всі витрати потрібно помножити на 8. А для розрахунку річних витрат на супровід та SaaS, їх потрібно

множити ще на 12 місяців (для 2021 року множимо на 6 місяців, адже пів року вже пройшло).

Вартість рішень для зернового транспорту, куди входить і рішення «Арт: Олійноналивний термінал» наведені на рис. 3.8. У всі зернові рішення включено можливість роботи з допоміжними рішеннями, які може бути встановлено за окремим замовленням:

- мобільні рішення;
- взаємодія з 2 ваговими комплексами;
- взаємодія з УЗ.

Арт:Елеватор, 10 робочих місць 🧑‍🌾	Постачання 72 000	Супровід 6 000	SaaS*, міс –
Арт:Зерновий термінал, 10 робочих місць 🧑‍🌾 автоматизація управлінського і оперативного кількісно-якісного обліку на зернових морських і річкових терміналах	Постачання 144 000	Супровід 8 000	SaaS*, міс –
Арт:Масляний термінал, 10 робочих місць 🧑‍🌾 облік надходжень і відвантаження масляних вантажів	Постачання 144 000	Супровід 8 000	SaaS*, міс –
Арт:Вагова (зв'язок з 1 ваговим комплексом) зв'язок з ваговим обладнанням, фотофіксація операцій зважування, підбір документа по штрих-коду за допомогою сканера	Постачання10 000	Супровід –	SaaS*, міс –
Арт:Вивантаження вагонів (мобільний додаток для реєстрації вивантаження вагонів) Мобільний додаток для реєстрації вивантаження вагонів з урахуванням підтвердження охорони	Постачання10 000	Супровід –	SaaS*, міс –
Арт:Тальман зернового терміналу (мобільний додаток для реєстрації перевантаження автомобілями на суду) Мобільні додатки для реєстрації навантаження на судно через автотранспорт з використанням бортових номерів або QR – кодів, зазначенням судна і трюму	Постачання10 000	Супровід –	SaaS*, міс –
Зв'язок з фотофіксацією	Постачання 10 000	Супровід –	SaaS*, міс –
Зв'язок з системою розпізнавання номерів	Постачання 15 000	Супровід –	SaaS*, міс –

Рисунок 3.8 – Вартість рішень для зернового транспорту

(* ціна залежить від кількості робочих місць)

Отже, ми бачимо, що витрати на рішення «Арт: Олійноналивний термінал» складатимуться із наступних:

- витрати на закупівлю рішення (постачання) – 144000 грн. на 1 об’єкт;
- витрати на супровід – 8000 грн. на місяць на 1 об’єкт;
- витрати на SaaS – відсутні;

Враховуючи, що наведені витрати розраховані на 10 об’єктів, додатково нічого не потрібно множити.

Таким чином, сумарні витрати по проекту можемо звести у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Сумарні витрати проекту

№	Складові витрат	2021	2022	2023
1	2	3	4	5
1	Витрати постачання «Арт: Залізнична логістика», грн.	576000	-	-
2	Витрати супроводу «Арт: Залізнична логістика», грн.	384000	768000	768000
3	Витрати SaaS «Арт: Залізнична логістика», грн.	576 000	1 152 000	1 152 000
4	Витрати постачання «Арт: Олійноналивний термінал», грн.	1 152 000	-	-
5	Витрати супроводу «Арт: Олійноналивний термінал», грн.	384 000	768 000	768 000
6	Сумарні витрати, грн.	3 072 000	2 688 000	2 688 000

Перш ніж розраховувати прогнозовані варіанти збільшення доходів за рахунок нашого проекту, потрібно спрогнозувати обсяги збуту соняшникової олії на 2021-2023 роки. В якості методу прогнозування виберемо метод екстраполяції часових рядів.

Екстраполяція – це метод наукового дослідження, який заснований на поширенні минулих і існуючих тенденцій, закономірностей, зв’язків на майбутній розвиток об’єкта прогнозування.

Мета методу екстраполяції – показати, до якого стану в майбутньому може прийти компанія, якщо її розвиток буде здійснюватися з тією ж швидкістю або прискоренням, що і в минулому. Методи екстраполяції досить широко

застосовуються на практиці, так як вони прості, дешеві, і не вимагають для розрахунків великої статистичної бази.

Використання методів екстраполяції передбачає два припущення:

– основні чинники, тенденції минулого збережуть свій вияв у майбутньому;

– досліджуване явище розвивається по плавній траєкторії, яку можна висловити, описати математично.

Названі допущення в більшості випадків характерні для економічних процесів.

За методом екстраполяції прогнозовані обсяги збуту соняшникової олії знаходяться за формулами:

$$A_n = a + b * t, \quad (3.1)$$

$$a = \frac{\sum A_n - b * \sum t_i}{n}, \quad (3.2)$$

$$b = \frac{n \sum A_n * t_i - \sum t_i * \sum A_n}{n \sum t_i^2 - (\sum t_i)^2}, \quad (3.3)$$

де A_n – прогнозовані обсяги збуту; a , b – параметри рівняння, що знаходяться за методом найменших квадратів; t – номер року.

Прогноз отримується шляхом підстановки в рівняння змінної t , тобто номеру року, починаючи з першого.

Дані для розрахунків представлені в табл. 3.4.

За основу ми взяли статистичні дані з табл. 2.10, а саме «Реалізація соняшникової олії, тис тон».

Підставивши дані табл. 3.4. у наведені вище формули, ми можемо знайти значення параметри рівняння a і b :

– $b = 121,0$;

– $a = 1447,7$.

Таблиця 3.4 – Дані для розрахунку прогнозованих обсягів збуту соняшникової олії

№	Рік	t_i	A_n , тис. тон	$A_n * t_i$	t_i^2
1	2	3	4	5	6
1	2018	1	1570	1570	1
2	2019	2	1687	3374	4
3	2020	3	1812	5436	9
4	Сума	6	5069	10380	14

Розрахувавши дані параметри ми можемо розрахувати прогнозовані обсяги збуту соняшникової олії на 2021-2023 роки (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Прогнозовані обсяги збуту соняшникової олії

№	Рік	t_i	Прогнозовані обсяги збуту соняшникової олії, тис. тон
1	2	3	4
1	2021	4	1931,7
2	2022	5	2052,7
3	2023	6	2173,7

Тепер можемо зроби три прогнози варіантів розвитку подій:

1. Згідно песимістичного варіанту, наші проектні пропозиції дадуть можливість збільшити обсяги збуту соняшникової олії:

- в 2021 році на 2%;
- в 2022 році на 4%;
- в 2023 році на 7%.

2. Згідно реалістичного варіанту, наші проектні пропозиції дадуть можливість збільшити обсяги збуту соняшникової олії:

- в 2021 році на 4%;
- в 2022 році на 6%;
- в 2023 році на 9%.

3. Згідно оптимістичного варіанту, наші проектні пропозиції дадуть можливість збільшити обсяги збуту соняшникової олії:

- в 2021 році на 6%;
- в 2022 році на 9%;
- в 2023 році на 12%.

Враховуючи існуючу вартість соняшникової олії 1300 у.о. за тону, розрахуємо прогнозовані доходи компанії «Кернел-Трейд» (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Прогнозовані доходи проекту

№	Рік	Збільшення доходу при песимістичному варіанті, грн.	Збільшення доходу при реалістичному варіанті, грн.	Збільшення доходу при оптимістичному варіанті, грн.
1	2	3	4	5
1	2021	1356030	2712060	4068090
2	2022	2881944	4322916	6484374
3	2023	4577742	6866613	9155484

Тепер нам потрібно розрахувати NPV проекту.

NPV – це чиста поточна вартість проекту, тобто сума дисконтованих значень потоку платежів, приведених до сьогоднішнього дня. Показник NPV являє собою різницю між усіма грошовими припливом і відтоком, наведеними до поточного моменту часу (моменту оцінки інвестиційного проекту).

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+R)^t} \quad (3.4)$$

де n , t – кількість часових періодів; CF – грошовий потік (Cash Flow); R – вартість капіталу (ставка дисконтування, Rate).

Розрахунок NPV нашого проекту для ставок дисконтування 15% та 20% наведені в табл. 3.7. Він показує величину грошових коштів, яку інвестор очікує отримати від проекту, після того, як грошові притоки окуплять його початкові інвестиційні витрати і періодичні грошові відтоки, пов'язані із здійсненням проекту.

Таблиця 3.7 – Розрахунки NPV проекту

№	Рік	№ року	Коефіцієнт дисконт. при ставці 15%	Коефіцієнт дисконт. при ставці 20%	Загальні витрати, грн.	Загальні витрати при ставці 15%, грн.	Загальні витрати при ставці 20%, грн.	Прогноз. збільшення доходів, грн.	Прогноз. збільшення доходів при ставці 15%, грн.	Прогноз. збільшення доходів при ставці 20%, грн.	Прогнозований прибуток, грн.	Прогнозований прибуток при ставці 15%, грн.	Прогнозований прибуток при ставці 20%, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Песимістичний варіант												
2	2021	0	1,00	1,00	3072000	3072000	3072000	1356030	1356030	1356030	-1 715 970	-1 715 970	-1 715 970
3	2022	1	0,87	0,83	2688000	2338560	2231040	2881944	2507291	2392014	193 944	168 731	160 974
4	2023	2	0,76	0,69	2688000	2042880	1854720	5340699	4058931	3685082	2652699	2 016 051	1 830 362
5	-	-	-	-	8448000	7453440	7157760	9578673	7922253	7433126	1 130 673	468 813	275 366
6	Чиста приведена вартість проекту, NPV											468 813	275 366
7	Реалістичний варіант												
8	2021	0	1	1,00	3072000	3072000	3072000	2712060	2712060	2712060	-359 940	-359 940	-359 940
9	2022	1	0,87	0,83	2688000	2338560	2231040	4322916	3760937	3588020	1 634 916	1 422 377	1 356 980
10	2023	2	0,76	0,69	2688000	2042880	1854720	6866613	5218626	4737963	4 178 613	3 175 746	2 883 243
11	-	-	-	-	8448000	7453440	7157760	13 901 589	11 691 623	11 038 043	5 453 589	4 238 183	3 880 283
12	Чиста приведена вартість проекту, NPV											4 238 183	3 880 283
13	Оптимістичний варіант												
14	2021	0	1	1,00	307 000	3072000	3072000	4068090	4068090	4068090	996 090	996 090	996 090
15	2022	1	0,87	0,83	2688000	2338560	2231040	6484374	5641405	5382030	3 796 374	3 302 845	3 150 990
16	2023	2	0,76	0,69	2688000	2042880	1854720	9155484	6958168	6317284	6 467 484	4 915 288	4 462 564
17	-	-	-	-	8448000	7453440	7157760	19 707 948	16 667 663	15 767 404	11 259 948	9 214 223	8 609 644
18	Чиста приведена вартість проекту, NPV											9 214 223	8 609 644

Оскільки грошові платежі оцінюються з урахуванням їх часової вартості і ризиків, NPV можна інтерпретувати як вартість, що додається проектом. Її також можна інтерпретувати як загальний прибуток інвестора.

Якщо NPV проекту позитивна (більше нуля) за розглянутий період часу, то проект може бути рекомендований для впровадження. Якщо NPV дорівнює нулю, то це спірний проект. Якщо NPV проекту негативна (менша нуля), то проект не вигідний.

Проведені розрахунки показали, що NPV нашого проекту позитивна при усіх трьох варіантах розвитку подій та для двох розглянутих ставок дисконтування. А отже наш проект є економічно вигідним для впровадження.

Знаходження точок окупності проекту показані на рис. 3.9 та 3.10.

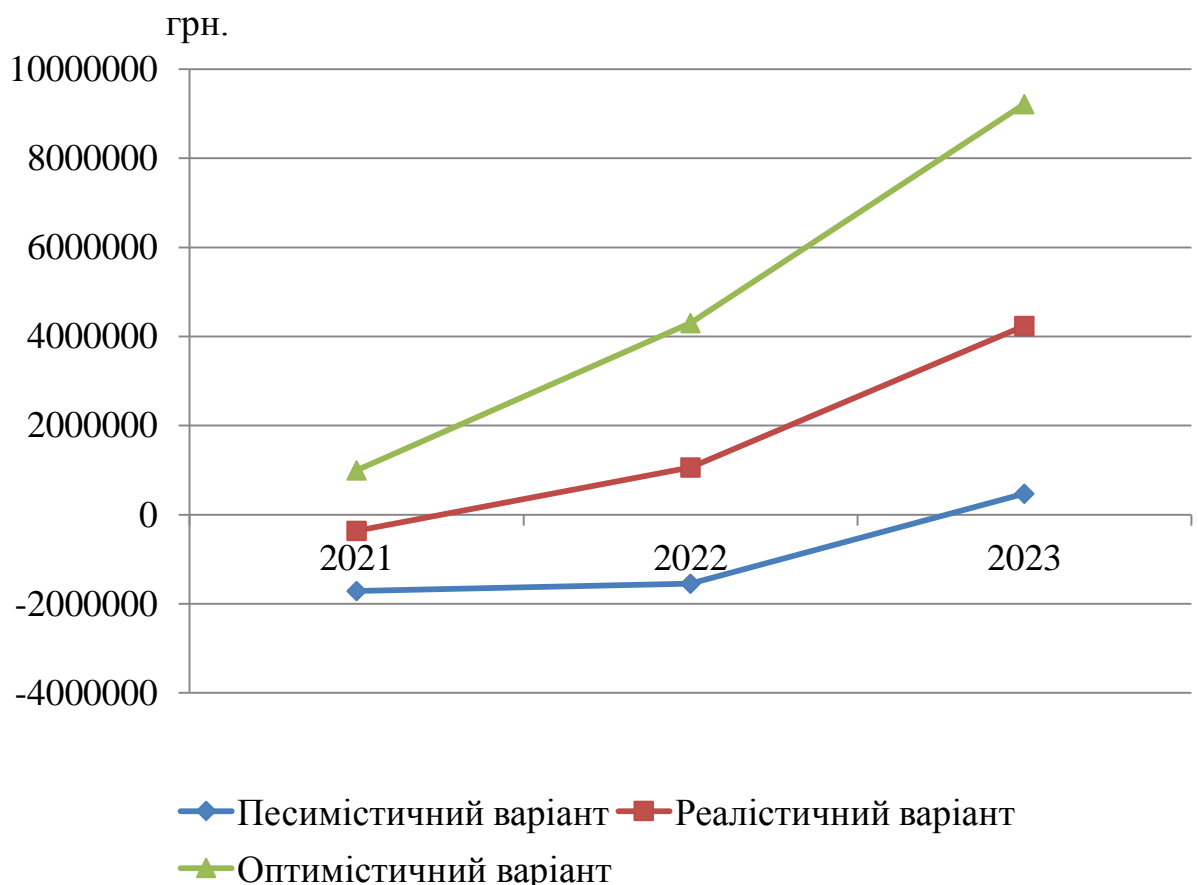


Рисунок 3.9 – Точки окупності проекту при ставці 15%

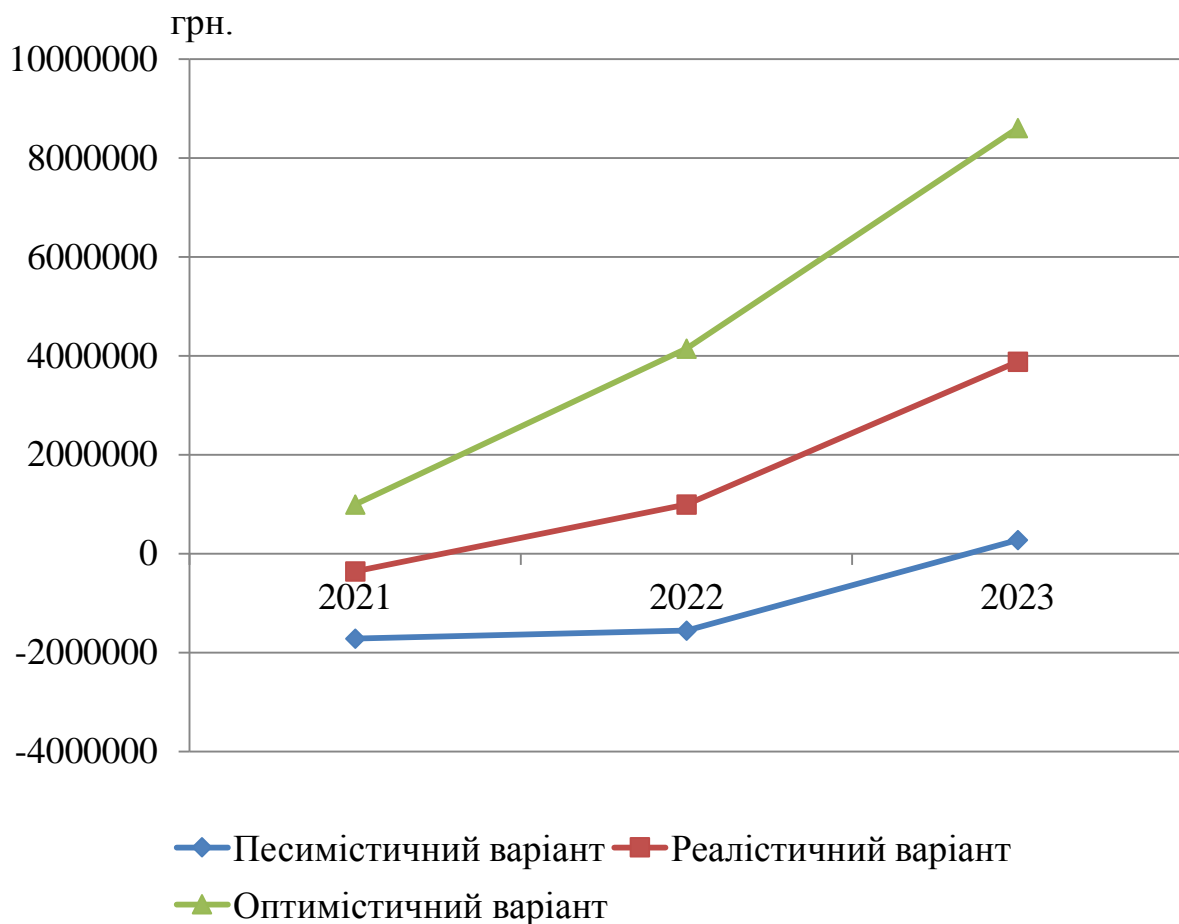


Рисунок 3.10 – Точки окупності проекту при ставці 20%

Отже, ми бачимо, що:

- згідно песимістичного варіанту, наші проектні пропозиції окупляться за 2,5 роки;
- згідно реалістичного варіанту, наші проектні пропозиції окупляться трохи більше, ніж через рік;
- згідно оптимістичного варіанту, наші проектні пропозиції окупляться вже протягом першого року впровадження.

Отже, в будь-якому випадку, дана проектна пропозиція може бути рекомендована для впровадження в діяльність «Кернел-Трейд» задля вдосконалення збутової діяльності, а як наслідок і продажів олійно-жирової продукції компанії.

3.4 Висновки до розділу 3

В третьому розділі були виявлені можливості для покращення процесу збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд». Було зазначено, що в умовах ринкової економіки компанія «Кернел-Трейд», як виробник продукції, повинен управляти та контролювати весь процес товароруху – починаючи від поставок сировини та закінчуючи доставкою готової продукції кінцевому споживачеві.

Застосування основних елементів логістичної підтримки продажу олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд» дасть можливість підвищити ефективність прийняття управлінських рішень і, відповідно, підвищити фінансові результати діяльності компанії.

В умовах зростання обсягів залізничних перевезень олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд», перед компанією стало актуальним питання автоматизації завдань з управління перевезеннями.

Для вирішення поставлених завдань нами було запропоновано обрати програмний комплекс «Арт: Залізнична Логістика Ultimate» на платформі «1С: Підприємство 8.3», а також рішення «Арт: Олійноналивний термінал».

На нашу думку, лише в комплексі ці два рішення забезпечать ефективну логістичну підтримку продажів та збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд». Адже логістичні рішення зазвичай побудовані на інтеграції та оптимізації ланцюга постачання, а не лише однієї ланки.

Проведені розрахунки показали, що NPV нашого проекту позитивна при усіх трьох варіантах розвитку подій та для двох розглянутих ставок дисконтування. А отже наш проект є економічно вигідним для впровадження.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

В першому розділі було досліджено теоретичні засади управління збутом продукції агропромислових компаній. Було зазначено, що агропромисловий комплекс – це сукупність галузей економіки країни, що включає сільське господарство і галузі промисловості, тісно пов'язані з сільськогосподарським виробництвом, здійснюючі перевезення, зберігання, переробку сільськогосподарської продукції, постачання її споживачам, забезпечуючі сільське господарство технікою, хімікатами і добривами, обслуговуючі сільськогосподарське виробництво.

Необхідно звернути увагу, насамперед, на основні чинники, що спричиняють неефективність роботи каналів збуту агропродукції. До того ж, як і в будь-якому каналі збуту, до всіх його ланок, без винятку, потрібно ставитись дуже серйозно, оскільки ефективність каналу в цілому залежить від його найслабшої ланки. Тому подальші дослідження передбачають застосування всебічного підходу до вирішення проблем структурної неефективності в аграрному секторі, починаючи від земельних ділянок, і з подальшим продажем агропродукції на внутрішньому ринку чи на експорт.

Ефективне вирішення перелічених проблем покладається на нову ринкову структуру – систему логістики, яка є найбільш актуальною для суб'єктів сучасного аграрного ринку. Враховуючи це, вважаємо, що саме логістика може стати дієвим інструментом зміни правил організації функціонування аграрного ринку, запорукою створення якісних і стійких структур споживання, зменшенням тривалості ланцюгів постачання.

Застосування функцій агрологістики дозволяє збільшити конкурентоспроможність товарів сільськогосподарського призначення за рахунок: зменшення витрат на їх транспортування і складування; створення ефективної логістичної мережі та оптимізації руху товарів; наближення показників якості сільськогосподарської продукції до європейських стандартів.

В другому розділі було проаналізовано діяльність ТОВ «Кернел-Груп» на агропромисловому ринку України. Kernel Group – українська група компаній, що працює в агропромисловому секторі, була заснована у 1995 році запуском перших елеваторів та початком експорту сільськогосподарської продукції. «Кернел» – найбільший у світі виробник и експортер соняшникової олії, провідний виробник та постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. На частку компанії припадає приблизно 8% світового виробництва соняшникової олії. Свою продукцію «Кернел» поставляє у більш ніж 80 країн світу. Земельний банк «Кернел» – 530 тис. га. Торгові марки компанії: «Щедрий Дар», «Стожар», «Чумак», «Оліо», «Маринадо», «Blanc», «Kernel», «Premi».

Бізнес-модель компанії складається із 7 окремих підрозділів, які співпрацюють між собою: агробізнес, елеватори, закупівля зернових і олійних культур, експорт зернових, заводи з переробки олійних культур, експорт олії, портові термінали.

З урахуванням загострення конкуренції на світових ринках стратегія підвищення конкурентоспроможності вітчизняного олійно-жирового комплексу, а саме підприємства «Кернел-Трейд» має базуватися на формуванні дієздатних кластерів, до складу яких залучаються підприємства-лідери і технологічно пов'язані з ними спеціалізовані виробництва цієї чи суміжної галузі. Основою забезпечення ефективного розвитку олійно-жирового комплексу є здійснення реструктуризації підприємств, систем управління та покращення фінансового стану.

В третьому розділі були виявлені можливості для покращення процесу збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд». Було зазначено, що в умовах ринкової економіки компанія «Кернел-Трейд», як виробник продукції, повинен управляти та контролювати весь процес товароруку – починаючи від поставок сировини та закінчуючи доставкою готової продукції кінцевому споживачеві.

Управління розподілом продукції (збутом) означає створення системи товароруху, тобто системи, яка забезпечує доставку продукції до місця продажу (споживання) в точно визначений час, з максимально високим рівнем обслуговування покупців, тобто управлінська діяльність з планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням продукції від місця її виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для виробника.

Тому побудова ефективної збутової мережі та вибір оптимальних каналів розподілу – є стратегічно важливими рішеннями, що безпосередньо впливають на продаж олійно-жирової продукції компанії.

Застосування основних елементів логістичної підтримки продажу олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд» дасть можливість підвищити ефективність прийняття управлінських рішень і, відповідно, підвищити фінансові результати діяльності компанії.

В умовах зростання обсягів залізничних перевезень олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд», перед компанією стало актуальним питання автоматизації завдань з управління перевезеннями. Зокрема потребує вдосконалення отримання оперативної інформації про:

- вагони і вантажі;
- вантажовідправників та вантажоодержувачів;
- тарифи на перевезення і додаткові послуги українських залізниць;
- стан вагонів, їх дислокацію, технічні параметри.

Для вирішення поставлених завдань нами було запропоновано обрати компанію ТОВ «Арт Порт», яка є провідною компанією у південному регіоні України з розробки, впровадження і супроводу галузевих рішень для транспортного та зернового бізнесу.

Проведений порівняльний аналіз дав можливість вибрати та запропонувати компанії «Кернел-Трейд» програмний комплекс «Арт: Залізнична Логістика Ultimate» на платформі «1С: Підприємство 8.3».

Комплекс програмних модулів «Арт: Залізнична логістика» дозволяє завантажувати дані про залізничні перевезення з різних систем, компонувати їх в єдиній базі для складання комплексних звітів, а також для автоматизації заповнення внутрішніх документів. У комплект постачання входить послуга інтеграції модулів обміну із залізничними базами даних і системи Замовника.

Проте, окрім програмних модулів «Арт: Залізнична логістика», вважаємо, що компанії «Кернел-Трейд» також потрібно запровадити в комплексі рішення «Арт: Олійноналивний термінал». Це рішення для обліку надходжень і відвантаження саме масляних вантажів.

На нашу думку, лише в комплексі ці два рішення забезпечать ефективну логістичну підтримку продажів та збуту олійно-жирової продукції компанії «Кернел-Трейд». Адже логістичні рішення зазвичай побудовані на інтеграції та оптимізації ланцюга постачання, а не лише однієї ланки.

Для розрахунку економічного ефекту від наших проектних пропозицій було підраховано загальні витрати, які компанія «Кернел-Трейд» буде нести на їх реалізацію, а також спрогнозовано можливі доходи, які компанія отримає від їх реалізації.

Проведені розрахунки показали, що NPV нашого проекту позитивна при усіх трьох варіантах розвитку подій та для двох розглянутих ставок дисконтування. А отже наш проект є економічно вигідним для впровадження.

Згідно песимістичного варіанту, наші проектні пропозиції окупляться за 2,5 роки; згідно реалістичного варіанту, наші проектні пропозиції окупляться трохи більше, ніж через рік; згідно оптимістичного варіанту, наші проектні пропозиції окупляться вже протягом першого року впровадження.

Отже, в будь-якому випадку, дана проектна пропозиція може бути рекомендована для впровадження в діяльність «Кернел-Трейд» задля вдосконалення збутової діяльності, а як наслідок і продажів олійно-жирової продукції компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>.
2. Наказ «Про затвердження Порядку обліку сировини, матеріалів та готової продукції на підприємствах олійно-жирової галузі». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1163-09#Text>.
3. 1С:ERP Агропромышленный комплекс. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tadviser.ru/index.php/>.
4. Аграрна економіка: Підручник. 2-е вид., Перераб. I доп. / Под ред. М. М. Малюка. – СПб.: Видавництво «Лань», 2002. – 688 с.
5. Агробизнес и окружающая среда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://belagrobiznes.ru/agrobiznes/obshchaya-kharakteristika-deyatelnosti/180-agrobiznes-i-okruzhayushchaya-sreda>.
6. Алексеев В.В. Агаев Б.В., Сагдієв М.А. Агропромисловий менеджмент: Учеб. сел. М.: "Дека", 2003. – 432 с.
7. Амітан В.Н. Логістизація процесів в організаційно–економічних системах / В.Н. Амітан, Р.Р. Ларіна, В.Л. Пілюшенко. Донецьк: ТОВ «Юго–Восток, Лтд», 2013. – 73 с.
8. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок/ Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс; пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп–Бизнес», 2010. – 644 с.
9. Бекетов Н.В., Федоров В.Г. Логистические системы управления потоковыми процессами компании: маркетинг и оптимизация бизнес-процессов. Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 12. С. 2–7.
10. Бойко С. С. Логістична діяльність на підприємствах агропромислового комплексу [Електронний ресурс] / С. С. Бойко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. – 2017. – Ч. IV. – Режим доступу :

http://www.kpi.kharkov.ua/archive/MicroCAD/2017/S23/tez_mic_17_IV_p179-p179.pdf.

11. Верхоглядова Н. І. Значення та сутність терміна «логістика» / Н. І. Верхоглядова, Т. Є. Іваницька // Держава та регіони. Економіка та підприємництво. – 2011. – № 2. – С. 29-34.

12. Вікіпедія. Електронна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.

13. Вовк Л. В. Логістика як стратегія інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств / Л. В. Вовк // АГРОСВІТ. – 2016. – № 1-2. – С. 8-15.

14. Герелиця Р.О. Особливості транспортної логістики підприємств АПК / Р.О. Герелиця // Формування стратегії розвитку регіонального АПК: матеріали 4-ої міжфакультетської наук.-практ. конф. молодих вчених, 30 травня 2008р. Житомир, 2008. С. 187–189.

15. Григорак М. Ю. Логістика постачання, виробництва та дистрибуції: Навчальний посібник / М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь, О.В. Катерна, К.М. Молчанова – К.: НАУ, 2017. – 382 с.

16. Гудзь Е. Е. Повышение конкурентоспособности АПК Украины с помощью интеграционных процессов: финансовый механизм / Е. Е. Гудзь // Материалы II Международной научно-практической конференции «Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость». – Минск : БГЭУ, 2009. – Т. 2. – С. 11-12.

17. Гуторов О.І. Концепція логістики в економічній діяльності сільськогосподарських підприємств / О. І. Гуторов // Інституціональні засади трансформацій в аграрній сфері : збірник матеріалів Тринадцятих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників, м. Київ, 20-21 червня 2011 р. – Київ : ННЦ «ІАЕ», 2011. – С. 585-590.

18. Гуторов О.І. Логістика: навч. посібник /О.І. Гуторов, О.І. Лебединська, Н.В. Прозорова / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків: Міськдрук. 2011. – 322 с.

19. Гуторова І. В. Фактори, що формують конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств / І. В. Гуторова // Вісник СНАУ. – 2008. – № 7/2 (30). – С. 94-98.
20. Донських А. С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають / А. С. Донських // Ефективна економіка. – 2011. – № 12. – С. 89-92.
21. Економіка АПК. Загальні закономірності розвитку агропромислового комплексу. – Вороніж, 2001. – 288 с.
22. Економіка галузей АПК: підручник для вузів / під ред. І.А. Мінакова. – М: Колос, 2004. – 464 с.
23. Економіка та організація сільськогосподарського виробництва: Навчальний посібник для вузів / авт. А.Е. Сагайдак, О.Г. Третьякова, А.Д. Екайкін та ін. – М.: Колос, 2005. – 360 с.
24. Експорт соняшникової олії: правильно і швидко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ktlkraine.com/eksport-podsolnechnogo-masla-pravilno-i-bystro/?lang=uk>.
25. Жалдак Г.П. Дем'ян А.Л. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: Матеріали І міжнародної науково–практичної конференції. м. Київ, 23 квітня 2020р. Київ. 2020. С. 208–209.
26. Журнал “Контейнерный бизнес”– “Если выгода есть, значит, нужно пользоваться”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://evropac.ru/company/news/conteyner-bussines/>.
27. Иванов А. Сельское хозяйство по-умному. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://controleng.ru/otraslevye-resheniya/sel-skoe-hozyajstvo/umnoe-sel-skoe-hozyajstvo/>.
28. ИТ в агропромышленном комплексе России. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tadviser.ru/index.php>.
29. Карасьов О. П. Формування конкурентоспроможності АПК України / О. П. Карасьов // Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки:

проблеми, пріоритети, перспективи : матеріали VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 29-30 жовтня 2015 р. – Дніпропетровськ : Типографія «Стандарт» (ПП Бойко В.В.), 2015. – С. 13-15.

30. Квасникова Н.В. К вопросу об использовании корпоративных информационных систем как инструмента управления информационными потоками в сфере агробизнеса. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.science-bsea.bgita.ru/2007/ekonom_2007_2/kvasnikova_vopros.htm.

31. Кирпа Н.Я. Хранение семян кукурузы и их качество. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://agromage.com/stat_id.php?id=130.

32. Ковальчук Н. В. Теоретичні аспекти логістичної діяльності аграрних підприємств / Н. В. Ковальчук // Ефективна економіка. – 2011. – № 12.

33. Колодізева Т.О., Руденко Г.Р. Методичне забезпечення оцінки ефективності логістичної діяльності підприємств: монографія. Х.: Вид. ХНЕУ, 2012. – 292 с.

34. Корнієцький О. В. Значення логістики для агропромислового комплексу підходу [Електронний ресурс] / О. В. Корнієцький // Ефективна економіка. – 2015. – № 8. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4240>.

35. Кристофер М. Маркетинговая логистика/ Мартин Кристофер, Хелен Пэк. – М.: Издательский Дом "Технологии", 2005 – 200 с.

36. Крючкова Ж. В. Сутність конкуренції і конкурентоспроможності аграрних підприємств як економічних категорій / Ж. В. Крючкова // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 12. – С. 49-53.

37. Логистика растительного масла в Украине. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1015997>.

38. Лутай А.П. Особенности, преимущества и недостатки грузоперевозок во флекситанках. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ttspo.ru/jour/article/viewFile/98/16>.

39. Маслом не испортишь: По Днепру организовали перевозку наливных грузов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://cfts.org.ua/articles/maslom_ne_isportish_po_dnepru_organizovali_perevozk_u_nalivnykh_gruzov_1541.

40. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: Офиц. издание. – М.: Экономика, 2000. – 421 с.

41. Непочатенко О. О. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств України / О. О. Непочатенко, С. А. Чекалюк // Економіка АПК. – 2015. – № 7. – С. 41-46.

42. Організація перевезення вантажів у сільському господарстві / О. І. Бурлай, М.Г. Вергун, В.І. Котелянець [та ін.]. Житомир : Вид-во «Полісся», 1993. – 162 с.

43. Офіційний сайт компанії «Арт Порт». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://artport.pro/>.

44. Офіційний сайт компанії «Кернел». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kernel.ua/ua/>.

45. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи // Галицький економічний вісник. 2012. № 3(36). С. 166–170.

46. Перевезення олії та інших наливних вантажів у флексітанках. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gol.ua/industry/perevezennya-oliyi-ta-inshih-nalivnih-vantazhiv-u-standartnih-morskih-kontejnerah-u-fleksi-tankah/>.

47. Пожуєв О. В. Логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств України / О. В. Пожуєв // Вісник Приазовського державного технічного університету. – 2011. – № 2. – С. 118-123.

48. Потапова Н.А. Системні характеристики логістики АПК. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11976/1/123.pdf>.

49. Потапова Н.А. Концептуальні засади механізму логістичного менеджменту АПК. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/197222772.pdf>.

50. Прокопець Л. В. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Л. В. Прокопець // Вісник Одеського національного університету. – 2016. – Т. 21. – Вип. 6. – С. 99-102.

51. Ржепішевська В.В. Логістичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств сільського господарства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1802/18rv_psg.pdf.

52. Солодка О. В. Логістична складова конкурентоспроможності промислового підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Солодка. – 2009. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/2503/1/57.pdf>.

53. Стехін В. В. Інтеграція підприємств АПК на засадах логістичного підходу [Електронний ресурс] / В. В. Стехін. – 2011. – Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/291.pdf>.