

10
13.06.2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

Карпінський Мирослав Геннадійович

(студент групи ЗМО-20-1с)

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА:
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ**

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності
073 «Менеджмент»)

Допущено до захисту
протокол № 4
від 16.06.2022
зав. кафедри менеджменту
і підприємництва
д.е.н., проф. Остапчук Т.П.

Керівник роботи:
Ст. викладач Біляк Т. О.
(наукове звання, прізвище та
ініціали)

(підпис)

Рецензент
к.е.н; доц. Бужимська К.О.
(прізвище та ініціали)

(підпис)

Житомир, 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	6
1.2. Механізм організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.....	16
1.3. Методичні засади оцінки ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства	26
1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.....	36
Висновки до розділу 1	44
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІП «РЕТАЛ УКРАЇНА»	46
2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства	46
2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства.....	52
2.3. Оцінка системи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	60
2.4. Напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	70
Висновки до розділу 2	83
ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	88
ДОДАТКИ	95

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність стає все більш важливим фактором розвитку національної економіки та довгострокової стабілізації країни. Зараз у промислово розвинених країнах практично немає промисловості, яка б не займалася зовнішньоекономічною діяльністю. Розвиток зовнішньоекономічних операцій відіграє особливу роль у сучасних умовах, коли відбувається процес інтеграції економіки нашої країни у світову. Україна проводить політику послідовного розвитку взаємовигідної торгівлі з усіма зарубіжними країнами, які готові це зробити та мають зовнішньоекономічні відносини з понад 100 країнами світу. Зовнішньоекономічна діяльність має значний вплив не тільки на національну економіку в цілому, але і на фінансовий стан підприємств-експортерів. Однак слід мати на увазі, що планування та здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства повинно здійснюватися з позицій стратегічного підходу, тобто спрямованого на довгостроковий економічний ефект.

В сучасних умовах, організація зовнішньоекономічної діяльності - це напрямок діяльності підприємства, який пов'язаний із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності у формі здійснення імпортно-експортних операцій і несе в собі певний набір правил, за допомогою яких здійснюється довгострокова діяльність підприємства. Будь-яка компанія, розробляючи стратегію організації зовнішньоекономічної діяльності, орієнтується на особливості вирішення конкретних проблем, що стоять перед нею, екологічні фактори країни розміщення та національність капіталу, особливості виробничої та промислової діяльності, обрану тактику конкуренції на ринку, умови перебування на ринку і т.д. У зв'язку з цим вивчення наукових проблем організації та шляхів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства є дуже актуальним завданням.

Теоретичні основи сутності, завдань та значення зовнішньоекономічної діяльності підприємства представлені в працях таких відомих вітчизняних

учених, як В. Аранчій, О. Березіна, І. Волкова, І. Гірчук, К. Данилко, О. Зоря, Н. Тошина, Ю. Уткіна та інших. Останнім часом вітчизняні науковці В. Аріков, О. Борисенко, В. Євтушенко, В. Ляшевська, Ж. Жигалевич, О. Станіславський приділяли особливу увагу проблемам здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємства. Незважаючи на незмінний інтерес науковців до означених вище питань, проблематика недостатньо вивчена.

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є узагальнення та подальший розвиток теоретико-методичних засад організації та шляхів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ІП «Ретал Україна».

Поставлена мета обумовила вирішення наступних **завдань**:

- узагальнити поняття, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- вивчити механізм організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства;
- дослідити методичні засади оцінки ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- вивчити нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства;
- здійснити організаційно-управлінський аналіз підприємства;
- провести діагностику фінансово-економічного стану підприємства;
- здійснити оцінку системи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- розробити напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процес організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства ІП «Ретал Україна».

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні аспекти організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства ІП «Ретал Україна».

Методи дослідження базуються на загальних теоретичних положеннях щодо сутності і принципів організації зовнішньоекономічної діяльності

підприємства. У процесі дослідження застосовувалися загальноприйняті в економічній науці методи вивчення: теоретико-методологічний, абстрактно-логічний, статистично-економічний, системного аналізу. Основу дослідження склали наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, в яких висвітлені фундаментальні положення щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Інформаційною базою дослідження виступили законодавчі та нормативні акти з питань організації зовнішньоекономічної діяльності, спеціальна література з проблем теорії і практики управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства та оперативні дані підприємства, які характеризують результати його розвитку.

Практичне значення одержаних результатів. Основні висновки та практичні рекомендації бакалаврської кваліфікаційної роботи можуть бути застосовані в практиці підприємств для забезпечення ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності. Розраховано економічний ефект від впровадження пропозицій, наданих у другому розділі бакалаврської кваліфікаційної роботи.

Структура та обсяг бакалаврської кваліфікаційної роботи. Бакалаврська кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 94 сторінках друкованого тексту. Робота містить 31 таблицю та 8 рисунків. Список використаних джерел налічує 84 найменування. Робота містить 3 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Глобалізація економічної діяльності є однією з головних тенденцій у розвитку сучасного світу, яка істотно впливає не лише на економічне життя, але й має політичні (внутрішні та міжнародні), соціальні і навіть культурно-цивілізаційні наслідки. Ці наслідки все більше відчують на собі практично всі країни і серед них, звичайно, Україна, яка цілком усвідомлено, активно і цілеспрямовано рухається в напрямку інтеграції в міжнародну економіку.

До останнього часу вважалося, що головними суб'єктами глобалізації є країни. Але дослідження останнього десятиріччя показали, що реальний контроль над процесами глобалізації все більше переходить до світової промислово-фінансової еліти в особі глобальних корпорацій і глобальних банків. Так, за даними Світового банку, до 100 найбільших суб'єктів міжнародної економіки за розмірами ВПП (доданої вартості) належать 51 транснаціональна корпорація та 49 держав. Обороти найбільших з ТНК можна порівняти із ВВП таких розвинених країн, як Франція, Нідерланди, Швеція, Австралія, Канада. Отже, міжнародні економічні відносини в сучасних умовах глобалізації все більше набувають форми транснаціоналізації, розвиваються на мікрорівні, тобто рівні міжнародних корпорацій. Саме підприємство, а не держава стає головним суб'єктом зовнішньої економіки [6, с.67].

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств - це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою й науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок [24, с.197].

В сучасних умовах поняттю «зовнішньоекономічна діяльність» приділяють

велику увагу як законодавці, так і вчені, про що свідчать наведені окремі наукові дефініції в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Наукові дефініції поняття «зовнішньоекономічна діяльність»

Джерело	Визначення
Бондаренко Н.М., Червонченко К.Е. [10, с.107]	Зовнішньоекономічна діяльність – це одна із сфер економічної діяльності держави, підприємств, фірм, тісно пов'язана з зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, іноземними кредитами та інвестиціями та іншим.
Вівчевич А.М. [13, с.76]	Зовнішньоекономічна діяльність являє собою сукупність міжнародних комерційних операцій, спрямованих на організацію проведення і регулювання процесу обміну товарами, послугами, результатами творчої діяльності.
Гребельник О.П. [22, с.16]	Під зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання розуміється господарська діяльність, яка у процесі її здійснення потребує перетину митного кордону України майном та / або робочою силою.
Дроздова Г.М. [28, с.72]	Зовнішньоекономічна діяльність – це господарювання суб'єктів України та іноземних суб'єктів, яке ґрунтується на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за межами.
Козик В.В. [44, с.336]	Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність експортно–імпортних операцій міністерств, відомств, підприємств, державних, кооперативних та інших організацій.
Маталка С.М. [56, с.115]	Зовнішньоекономічна діяльність - діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.
Науменко В.П. [60, с.276]	Зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності, заснована на взаємовідносинах і здійснюється або на території України або за її межами.
Новицький В.Є. [62, с.447]	Зовнішньоекономічна діяльність - діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.
Прохорова В.В. [71, с.524]	Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, що має місце як на території України, так і за її межами.
Тошина Н.М. [77, с.57]	Зовнішньоекономічна діяльність пов'язана з проведенням різними господарськими суб'єктами ділових операцій на закордонних ринках. ЗЕД включає: операції українських суб'єктів господарювання за межами України та закордонних господарських суб'єктів із різних країн в Україні.
Тюріна Н.М., Карвацька Н.С. [78, с.227]	Зовнішньоекономічна діяльність - це заснована на взаємовигідних економічних відносинах діяльність у галузі міжнародної торгівлі, руху капіталів, міграції робочої сили, передачі технологій.

Продовження таблиці 1.1

Хрупович С.Є. [80, с.55]	Зовнішньоекономічна діяльність є особливим видом менеджменту, головними цілями якого виступають формування, розвиток і використання конкурентних переваг фірми за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах і відповідного використання економічних, соціальних, демографічних, культурних та інших особливостей цих країн.
Якубовський М.І. [84, с.11]	Зовнішньоекономічна діяльність являє собою таку форму господарювання, яка виходить за межі національних кордонів і пов'язана з залученням до багатоступінчатого циклу економічних відносин різнонаціональних їхніх суб'єктів.

Таким чином, єдиної думки щодо визначення поняття «зовнішньоекономічна діяльність» не існує. Вважаємо, що більш точне та чітке визначення терміну «зовнішньоекономічна діяльність» наведено в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року № 959-ХІІ: «Зовнішньоекономічна діяльність - діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами» [37].

Під зовнішньоекономічною діяльністю пропонуємо розуміти економічне оформлення міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють всі економічні операції, які здійснюються між господарськими суб'єктами країни та їх іноземними партнерами (зокрема експорт та імпорт товарів, капіталу, послуг, а також транскордонний рух робочої сили та грошей).

Управлінська діяльність завжди базується на основних правилах, яких дотримуються керівники і спеціалісти апарату управління в процесі прийняття тих або інших рішень. Ці правила можуть бути декларовані в спеціальних документах або бути своєрідною традицією, нормою, звичаєм. Частіше за все має місце поєднання і того, й іншого [52, с.30].

Загальні принципи зовнішньоекономічної діяльності – це невелика кількість загальновизнаних у всьому світі правил, що стали своєрідними загальновідомими істинами (аксіомами), яких дотримуються всі учасники

міжнародних ділових операцій. І хоча в різноманітних виданнях набір цих принципів може відрізнятися, однак у кінцевому результаті вони зводяться до трьох головних: науковість, системність, взаємовигідність (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Загальні принципи зовнішньоекономічної діяльності [13; 24]

1. Науковість ЗЕД означає насамперед розвиток цієї діяльності відповідно до об'єктивних економічних законів. Дотримання цього принципу на практиці управління міжнародними діловими операціями передбачає виявлення організацією попиту і пропозиції на її продукцію за кордоном, рівня цін, співвідношення їх із витратами в країні-експортері та ін. Знання менеджерів підприємств теорій міжнародної торгівлі допомагає їм уникати значних прорахунків, обґрунтовано прогнозувати зміни на міжнародних ринках. Особливо важливе значення має цей принцип у здійсненні міжнародних фінансових розрахунків, за яких потрібно спиратися на зміни валютних курсів. Сучасна теорія пропонує чимало корисних теоретичних моделей прогнозування валютних курсів. На базі згаданих моделей практика виробила зручні й різноманітні інструменти управління валютними ризиками: операційними, перерахунковими (бухгалтерськими) і економічними. Використання зазначених та інших інструментів в управлінні ЗЕД – безсумнівна ознака використання принципу науковості [24, с.197].

2. Системність ЗЕД означає насамперед, що між окремими її складовими спостерігаються міцні взаємозв'язки. Самі складові ЗЕД можна виділити за різноманітними ознаками. Безсумнівно, одним із найбільш важливих є контракт (договір) ЗЕД. Виходячи з цієї ознаки, необхідно забезпечувати належний взаємозв'язок між усіма статтями контракту: якістю товару, базисними умовами постачання і ціною, валютою ціни, валютою розрахунку і формами платежу, термінами постачань і транспортних умов, предметом контракту та арбітражем і т. ін. Системні взаємозв'язки мають місце і в період між укладанням та виконанням контрактів. Принцип системності передбачає також необхідність розуміння менеджерами компанії, що ЗЕД є лише частиною її бізнесу. І якщо внутрішньонаціональний бізнес організований недостатньо продуктивно, це загрожує і міжнародним операціям.

3. Принцип взаємовигідності ЗЕД, на перший погляд, не викликає особливих ускладнень і є очевидним: кожний партнер, що бере участь у міжнародних операціях, одержує прибуток. Проте дотримуватися цього принципу не просто внаслідок значної кількості часу, необхідного для виконання угод, зміни валютних курсів, наявності різноманітних зв'язків між окремими зовнішньоекономічними угодами, використання бартерних операцій та ін. Тому дотримання принципу взаємовигідності потребує ретельного аналізу і врахування, розмежування різноманітних потоків прибутків і витрат.

Крім наведених загальних принципів управління ЗЕД, багато специфічних принципів, яких також необхідно дотримуватися. Специфічні принципи ЗЕД закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами, що підписали той або інший акт. І хоча терміна «зовнішньоекономічна діяльність» у зазначених документах може не бути, за своїм характером більшість закріплених там принципів прямо стосуються зовнішньоекономічної діяльності [13, с.55].

Суб'єкти господарської діяльності України й іноземних суб'єктів господарської діяльності при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності керуються такими специфічними принципами [5; 52]:

Принципом свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що складається в:

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати в зовнішньоекономічні зв'язки;
- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;
- обов'язку дотримувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;
- виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі отримані ними результати зовнішньоекономічної діяльності;

Принципом юридичної рівності й недискримінації, що складається в:

- рівності перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, у тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- забороні будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування й інших ознак;
- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених цим Законом;

Принципом верховенства закону, що складається в [52, с.30]:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;
- забороні застосування підзаконних актів і актів керування місцевих органів, які в будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови менш сприятливі, чим ті, які встановлені законами України;

Принципом захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, що полягає в тому, що Україна як держава:

- забезпечує рівний захист інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності й іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території відповідно до законів України;

- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України відповідно до норм міжнародного права;

- здійснює захист державних інтересів України, як на її території, так і за її межами лише відповідно законам України, умов підписаних нею міжнародних договорів і норм міжнародного права;

Принципом еквівалентності обміну, що складає в неприпустимості демпінгу при ввозі й вивозі товарів.

Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є [39, с.222]:

- фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни й особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність відповідно до законів України й постійно проживають на території України;

- юридичні особи, зареєстровані в Україні, та які розташовані на території України (підприємства, організації й об'єднання всіх видів)

- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами відповідно до законів України, але перебувають на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;

- структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами відповідно до законів України (філії, відділення, і т.п.), але перебувають на території України;

- загальні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України й іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України;

- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України.

- Україна в особі її органів, місцеві органи влади й керування в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, а також інші держави, які беруть участь у господарській діяльності на території України, діють як юридичні особи відповідно до міжнародного й українського законодавства.

До головних форм зовнішньоекономічної діяльності, які здійснюють в

Україні суб'єкти цієї діяльності, належать [46, с.118]:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та ін., що прямо і виключно не заборонені законами України; надання зазначених вище послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України;
- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;
- підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України;

- організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;

- товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

- орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

- операції з придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;

- роботи на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; роботи іноземних фізичних осіб на контрактній платній основі з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами;

- інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.

Посередницькі операції, при здійсненні яких право власності на товар не переходить до посередника (на підставі комісійних, агентських договорів, договорів доручення та інших), здійснюються без обмежень.

Зовнішньоторгівельна операція – це комплекс дій контрагентів різних країн, що спрямовані на здійснення торгового обміну, забезпечують такий обмін та є структурними ланками системи зовнішньоекономічних зв'язків. Такі операції становлять основу зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання в Україні [75].

В міжнародній торгівлі розрізняють чотири основні види зовнішньоторговельних операцій (рис. 1.2).

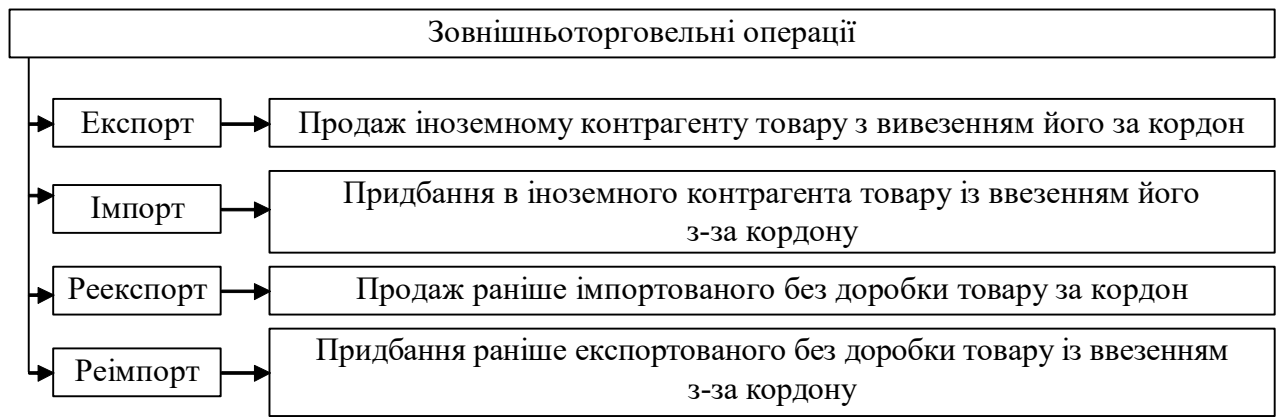


Рис. 1.2. Основні види зовнішньоторговельних операцій [63]

Серед всіх видів зовнішньоторговельних операцій в сучасних умовах найбільшого значення в Україні набувають експортно-імпортні операції суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Значення зовнішньоекономічної діяльності в розвитку всіх країн, у тому числі й України, постійно зростає. Історичний досвід підтверджує вигідність розширення участі країн у міжнародному поділі праці та різноманітних формах міжнародного бізнесу. І навпаки, згортання зовнішньоекономічної діяльності неминуче призводить до уповільнення соціально-економічного розвитку країни, виникнення складних проблем, які неможливо вирішити не лише в економіці, а й в інших сферах суспільного життя. Тому процес глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя можна вважати закономірним з огляду на посилення взаємозалежності між країнами і зростаючу схожість їх економік [71, с.524].

Таким чином, у сучасному світі чіткіше простежується тенденція до інтеграції в міжнародному економічному просторі. Доказом цього є тісна взаємозалежність виробництва і міжнародної торгівлі. Зовнішньоекономічна діяльність, як вихід торговельних зв'язків за межі національних кордонів – це кон'юнктурний рівень. Підключення до системи господарських зв'язків на рівні товарного руху капіталу та обслуговуючих його валютно-кредитних відносин робить ту чи іншу країну цілком залежною від кон'юнктури світового ринку як системи одиничних ринків.

1.2. Механізм організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

В умовах перебудови економічної системи країни для забезпечення достатнього рівня внутрішньої і зовнішньої ефективності, вітчизняні підприємства наразі знаходяться на тривалому етапі процесу формування і адаптації систем управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю повинен спрямовувати свою дію на ефективне використання організаційних заходів управління аналітичною, виробничою та збутовою зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Його дія забезпечується збалансованою системою цілей, завдань, функцій управління, підходів і методів, факторів і критеріїв оцінки ефективності управління. Всі складові механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства взаємопов'язані між собою і забезпечують його повноцінне функціонування на всіх етапах розвитку. В результаті створюються необхідні умови для вдосконалення і оптимізації заходів, що спрямовані на посилення стійких позицій підприємства на зовнішніх ринках [84, с.10].

Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства полягає в сукупності зовнішньоекономічних операцій, що відбуваються в сфері господарської діяльності, які здійснює підприємство з метою одержання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг внаслідок виходу на зовнішній ринок, а під управлінням зовнішньоекономічною діяльністю підприємства слід розуміти комплексну оцінку та моделювання внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства в ув'язці з налагодженою взаємодією всіх його підрозділів задля досягнення прибутку в його зовнішній діяльності.

В загальній системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності процес управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є одним з основних понять менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та

визначається як сукупність взаємозв'язаних дій, які забезпечують прийняття та виконання управлінських рішень при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності [79, с.45].

В свою чергу, сукупність прийомів управління, які сприяють забезпеченню високої ефективності діяльності підприємства становлять метод управління. Від правильно обраного методу управління, спрямованого на досягнення мети підприємства у найкоротші строки за умов раціонального використання всіх видів ресурсів залежить чітка організація процесу управління в цілому та зовнішньоекономічної діяльності зокрема.

За своїм змістом методи управління ЗЕД ідентифікуються з основними функціями управління: плануванням, мотивацією, контролем, організацією, регулюванням. Відповідно до них вони діляться на економічні, адміністративні, соціальні, психологічні, технологічні та правові. Основними з них є адміністративні та економічні методи управління ЗЕД. Вони діють узгоджено за допомогою певних інструментів, які схематично зобразимо згідно рис. 1.3.



Рис. 1.3. Основні методи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [62]

В управлінні зовнішньоекономічною діяльністю функції загального і спеціалізованого управління поєднують у дві групи [44, с.67]:

1. Група функцій з підготовки даних:

- облік – фіксує стан об'єкта управління;
- контроль сприяє виявленню та відбору даних, що містять інформацію про відхилення об'єкта управління від встановленого режиму функціонування;
- аналіз даних необхідний для виявлення залежності між впливом зовнішнього середовища та параметрами об'єкта управління;
- нормування – визначаються дозволені значення параметрів об'єкта управління, за яких він функціонує в установленому режимі;
- прогнозування – передбачає обробку даних з метою визначення різних способів поведінки об'єкта управління та зовнішнього середовища.

2. Група функцій з прийняття рішень:

- організація – полягає в прийнятті рішень з побудови чи зміни структури об'єктів або процесів;
- планування – полягає в розробці моделі майбутнього стану об'єкту;
- програмування – це процес складання програм, які дозволяють визначити взаємозалежність та послідовність дій, які реалізують план;
- регулювання – полягає в виробленні рішень з метою анулювання відхилень від встановленого режиму функціонування об'єкту управління.

Зазначені вище функції управління зовнішньоекономічною діяльністю виконуються при будь-якій організації управління та у встановленій послідовності [44, с.68].

Організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві – це важлива, складна та відповідальна робота, яка передбачає створення та організації на підприємстві взаємодії між різними підрозділами підприємства при здійсненні ним зовнішньоекономічних операцій. Тобто, створення такої структури, яка б дозволила працівникам ефективно працювати разом [3].

Функціональний аспект в організації управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства полягає у виконанні менеджерами відповідних управлінських функцій. Функції організації управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна поділити на такі групи [28, с.65]:

- функція організації управління управлінською діяльністю вимагає здійснення стратегічного управління, аудиту всієї системи управління та консультативній діяльності. Зазначену функцію виконують менеджери управління зовнішньоекономічною діяльністю, які належать до вищої ланки управління та мають у своєму підпорядкуванні менеджерів середньої та нижньої ланок та спрямовують їх діяльність відповідно до мети підприємства;

- функція організації управління зовнішньоекономічною діяльністю полягає у здійсненні оперативного управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства: аналізі, прогнозуванні, нормуванні, плануванні, контролі. Зазначену функцію виконують менеджери функціонального та лінійного управління;

- функція організації зовнішньоекономічних операцій полягає у здійсненні підприємством операційного управління зовнішньоекономічною діяльністю щодо організації та проведення виробничих дій в процесі здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності. Таку функцію реалізують менеджери зі спеціалізованого управління зовнішньоекономічною діяльністю, які належать до нижчої ланки управління.

Удосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю є однією з основних задач і умов забезпечення ефективності та підвищення конкурентоспроможності.

На нашу думку, для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю, необхідно [13, с.76]:

- визначити і проаналізувати раніше допущені помилки в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю в цілому і торговельно-експортними операціями зокрема;

- постійно здійснювати дослідження і аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності, в першу чергу, це деталізація динаміки якісних показників на зовнішніх ринках;

- систематично проводити детальний аналіз надходження грошових потоків за реалізацію продукції на зовнішніх ринках;

- своєчасно визначати сприятливі умови зовнішнього середовища для зменшення впливу ризиків на зовнішніх ринках;
- постійно досліджувати та аналізувати використання виробничих потужностей та фінансових потоків;
- впровадити в практику управління розробку чітких, реальних, ефективних стратегій розвитку;
- забезпечити функціонування гнучкої організаційної структури виробничого-господарської діяльності, збуту, конкурентоспроможності;
- забезпечити колегіальність управління виробничо-господарською діяльністю в цілому і зовнішньоекономічної зокрема;
- визначити основні причини допущених помилок в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю;
- економічно погоджувати управлінські рішення по стратегічним напрямкам виробничо-господарської діяльності в цілому з управлінням ефективною зовнішньоекономічною діяльністю [33, с.77].

Варто зазначити, що задачі підвищення ефективності управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства неможливо розглядати ізольовано, у відриві від управління господарською діяльністю в цілому. Також потрібно відмітити, що підприємство повинно враховувати внутрішні чинники впливу на ефективність господарської діяльності, а завдання держави як зовнішнього чинника – забезпечити досконалою законодавчою базою.

Сучасні погляди на управління міжнародним бізнесом пов'язані із застосуванням ключових концепцій управління ЗЕД (рис. 1.4).

1. Концепція експортних можливостей включає чотири підходи [10; 28].

1.1. Використання надлишкових потужностей. Часто компанії мають у своєму розпорядженні виробничі потужності в поточному або довгостроковому періодах, що не користуються адекватним внутрішнім попитом. Це можуть бути розвідані запаси природних ресурсів чи конкретні потужності для виробництва визначеної продукції, які важко переключити на виробництво інших товарів, що мають, можливо, відповідний внутрішній попит.



Рис. 1.4. Ключові концепції управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [10; 28]

Разом з тим малі країни прагнуть торгувати набагато ширше, ніж великі. Одна з причин полягає в тому, що технологія виробничого процесу може дозволити фірмі рентабельно випускати продукцію тільки при багатосерійному виробництві, у більших обсягах, ніж це потрібно для задоволення попиту у своїй країні.

1.2. Зменшення витрат виробництва. Дослідження показали: компанії можуть зменшувати свої витрати на 20-30% тоді, коли подвоюється випуск продукції; це явище відоме як «крива акумулювання досвіду». Наприклад, якщо ми візьмемо 20-відсоткове зменшення витрат виробництва і початкову вартість у 100 дол. на одиницю продукції, то собівартість другої одиниці продукції буде дорівнювати 80 дол., четвертої – 64 дол. і т. ін. Зменшення може бути пов'язане з декількома чинниками: покриттям умовно-постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції; підвищенням ефективності за рахунок досвіду, набутого при виробництві великих партій продукції; масовими закупівлями матеріалів і перевезенням їх значними партіями. Тому очевидно, що лідер ринку може одержати переваги стосовно зменшення витрат виробництва над своїми конкурентами. Одним із засобів збільшення випуску продукції компанією є визначення ринку з глобального, а не внутрішньодержавного погляду [23, с.300].

1.3. Підвищення прибутковості. Виробник може за певних умов продавати ту саму продукцію з більшою вигодою за кордоном, ніж у себе вдома. Це може бути пов'язано з відмінністю конкурентного середовища на закордонному ринку від вітчизняного, тому що там товар перебуває на іншому етапі життєвого циклу. Таким чином, етап зрілості всередині країни може привести до зниження внутрішніх цін, тоді як етап зростання за кордоном може звести нанівець актуальність зниження цін. Підвищення прибутковості може також відбуватися у зв'язку з розходженнями всередині країни і за кордоном державних заходів, які впливають на прибутковість (наприклад, розходженнями в оподатковуванні прибутків або регулюванні цін).

1.4. Розподіл ризику. Виводячи збут за межі ринку тільки однієї країни, виробник має можливість зводити до мінімуму коливання попиту, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари перебувають на різних етапах життєвого циклу. Ще один чинник розподілу ризику за допомогою експорту полягає в тому, що виробник зможе залучити більше клієнтів, зменшуючи свою вразливість у разі втрати якогось одного чи декількох клієнтів.

2. Концепція імпорتنих можливостей. Імпульс до участі в торгівлі може надійти або від експортера, або від імпортера. У будь-якому разі мають бути як продавець, так і покупець. Імпульс від імпортера полягає в тому, що фірма шукає дешевші й високоякісні сировинні та інші комплектуючі матеріали, готові вироби, щоб використовувати їх на своїх виробничих підприємствах. Або вона може активно шукати нові товари, розроблені за кордоном, щоб доповнити наявні асортиментні групи. Це дасть можливість компанії більше продукції запропонувати на продаж, а імпортеру – використовувати надлишкові потужності своєї торгово-розподільчої мережі [32, с.117].

Фірми, що починають свою міжнародну діяльність, часто віддають перевагу тим ринкам, для яких потрібні мінімальні зусилля щодо адаптації продукту і коригування маркетингової стратегії.

У цілому процес вибору закордонних ринків здійснюється, як правило, на базі наростаючого за ступенем деталізації аналізу, основну сутність якого схематично подано на рис. 1.5.

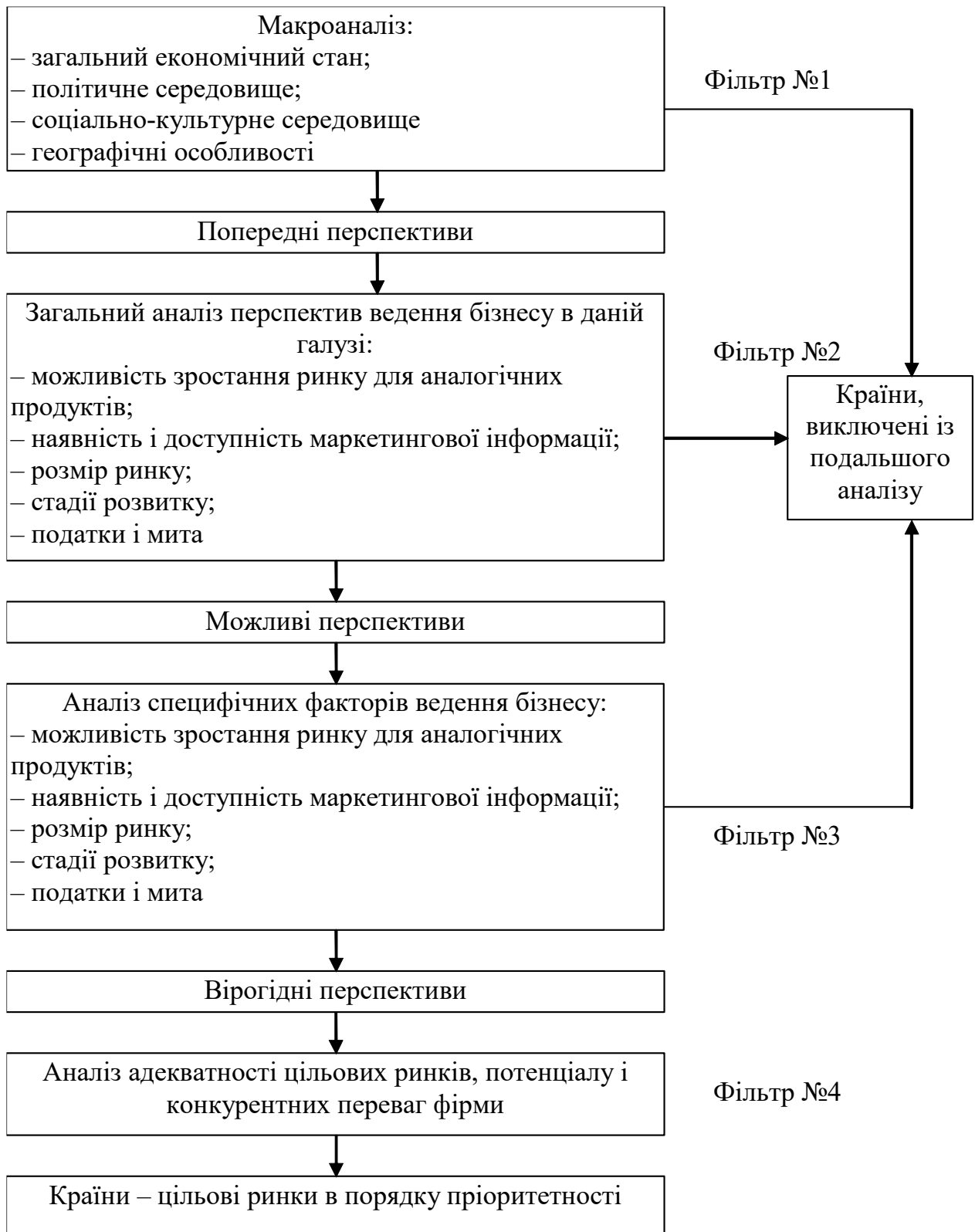


Рис. 1.5. Алгоритм аналізу зарубіжних ринків в процесі організації управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [39, с.54]

Модель «чотирьох фільтрів», концепція якої була вперше запропонована Р. Волвурдом, дає змогу з великої кількості країн вибрати декілька найбільш перспективних з погляду не лише загального ринкового потенціалу, а й конкретних особливостей фірми, а також цілей її закордонної діяльності.

Компанії, що займається чи планує займатися експортно-імпоротною діяльністю, варто вирішити, хто саме буде виконувати зв'язку з цим деякі важливі функції – співробітники компанії чи інші фірми за контрактом. Мова йде про такі функції [39, с.55]:

- організація перевезення вантажів за кордон чи з-за кордону;
- підтримка персоналу фірми, що займається збутом, розподілом і рекламою;
- стимулювання збуту, одержання замовлень, дослідження ринку;
- виконання кредитних досліджень, здійснення платежів та інкасація надходжень;

Практично будь-яка фірма час від часу може очевидно вигравати від використання послуг посередницької організації, що бере на себе всі або деякі з перерахованих функцій.

Різні посередники можуть полегшувати експортно-імпорتنу діяльність. Одні з них виступають у ролі агентів, що представляють інтереси експортера та імпортера, інші одержують право власності на товари і самостійно продають їх іншим країнам. Є, крім того, посередники, що займаються вузькоспеціалізованими аспектами процесу експорту та імпорту, наприклад транспортно-експедиційні організації, відповідальні за переміщення товару з внутрішнього на іноземний ринок і навпаки [60, с.89].

З огляду на високу вартість оплати праці такого роду експертів фірми, як правило, на початковому етапі ЗЕД залучають спеціалістів зі сторони. Будь-яка фірма може згодом створити в себе відповідні підрозділи, але спочатку сторонні спеціалісти дуже корисні для реалізації таких функцій, як підготовка документів, заповнення митних документів в країні-імпортері та експортері, виявлення найкращого варіанта транспортування товарів і т. ін. Ухвалюючи

рішення про те, що краще – продавати продукцію самостійно або залучити для цього сторонню організацію, необхідно взяти до уваги розміри фірми-партнера, характер продукції, попередню практику і досвід експорту/імпорту, ділову кон'юнктуру на обраних закордонних ринках.

Ринкова стратегія фірми передбачає зіставлення всіх альтернативних варіантів у сфері експортно-імпортової діяльності й обґрунтування оптимального рішення.

Процес вироблення ринкової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства охоплює такі етапи [79, с.34]:

1. Аналіз усіх сторін зовнішньоекономічної діяльності фірми. При цьому необхідно:

- а) аналізувати становище фірми на зовнішньому ринку з тими товарами і послугами, які фірма випускає в даний момент;
- б) вивчати діяльність фірми з позицій споживача товарів і послуг фірми;
- в) аналізувати діяльність фірми з позицій ринку.

2. Аналіз ринку майбутнього (аналіз попиту і пропозиції). Фірмі важливо визначити, яким буде зовнішній ринок у найближчому майбутньому, у якому напрямку цей ринок розвиватиметься і чого чекають споживачі від фірми в майбутньому. При цьому необхідно:

- а) зіставити становище фірми з місткістю майбутнього ринку;
- б) проаналізувати коливання кон'юнктури ринку.

3 Аналіз можливостей фірми:

- а) аналіз очікуваного збільшення обсягу експортної діяльності;
- б) аналіз переміщення фірми на інші зовнішні ринки;
- в) аналіз діяльності в новому середовищі і припинення діяльності в старій сфері.

4. Аналіз бюджетно-податкової політики:

- а) бюджетно-податкова політика усередині країни та її вплив на фірму;
- б) бюджетно-податкова політика за рубежом і її вплив на фірму.

5. Вплив тенденцій у світовій економіці:

- а) аналіз світового ринку позичкового капіталу;
 - б) аналіз зовнішньоторговельної політики різних країн.
6. Розроблення довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності фірми:
- а) формулювання глобальної довгострокової цілі зовнішньоекономічної діяльності;
 - б) формулювання варіантів досягнення цілей зовнішньоекономічної діяльності;
 - в) декомпозиція глобальної цілі на піднесення;
 - г) порівняння варіантів досягнення цілей зовнішньоекономічної діяльності.

Таким чином, прагнення дістати прибуток більший, ніж усередині країни, спонукає фірми виходити на міжнародний ринок. Незважаючи на присутність чинника непевності в новому середовищі (нові конкуренти, мінлива ринкова кон'юнктура, коливання валютних курсів, політична нестабільність та ін.), підприємство прагне нарощувати свою присутність на світовому ринку шляхом експорту товарів. Відчувши на собі недоліки перших, скоріше спонтанних і імпульсивних, дій, підприємство починає застосовувати стратегічне планування. Успішне його використання дає можливість фірмі досягти ефективної підприємницької діяльності на зовнішньому ринку.

1.3. Методичні засади оцінки ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку, збільшення експортного потенціалу національних товаровиробників є пріоритетами інтеграційних процесів в Україні. Євроінтеграція передбачає збалансування ринкового середовища, збільшення обсягів високотехнологічного виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності як на регіональному, так і на рівні держави трактується у двох аспектах [84, с.11]:

- макрорівень (на рівні національної економіки);
- мікрорівень (на рівні підприємства та окремих проектів).

Для систематизації й аналізу зовнішньоекономічної діяльності виробничо-економічних систем, що функціонують у ринкових, тобто в умовах, що змінюються, реалізації цілей свого існування й розвитку, доцільно виділити визначальні складові (домінанти), що роблять вплив на систему зовнішньоекономічної діяльності підприємств [45, с.62].

Домінанти зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначаються насамперед стратегічними й тактичними цілями функціонування підприємства, які в окремо взяті періоди часу найчастіше не збігаються.

Стратегічні домінанти це складові, які визначають вплив на систему зовнішньоекономічної діяльності підприємства при реалізації стратегічних цілей його функціонування, а тактичні домінанти це основні складові, які визначають вплив на систему зовнішньоекономічної діяльності підприємства при реалізації тактичних цілей його функціонування. Таким чином, стратегічні домінанти впливають на досягнення довгострокових цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а тактичні короткострокових цілей. У свою чергу, стратегічні й тактичні домінанти зовнішньоекономічної діяльності визначаються впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, які здійснюють вплив на функціонування підприємства.

До зовнішніх факторів, що визначають стратегічні й тактичні домінанти зовнішньоекономічної діяльності підприємства, відносяться [56, с.55]:

- зовнішньоекономічна політика держави експортера;
- світова господарська ситуація;
- політична, економічна й маркетингова ситуація в країнах, що входять у зони зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Основною особливістю зовнішніх факторів є їхня інваріантність стосовно стратегічної й тактичної діяльності підприємства. Порушення інваріантності, тобто надання впливу на структуру й ступінь впливу зовнішніх факторів пов'язані з великими витратами підприємства й під силу тільки наймогутнішим

виробничо-економічним системам, підтримуваним протекціоністською політикою держави.

До внутрішніх факторів, що визначають стратегічні й тактичні домінанти зовнішньоекономічної діяльності підприємства, відносяться [31, с.25]:

- організаційна структура підприємства;
- інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства (якість інформації, швидкість одержання інформації);
- якість макроекономічного аналізу ситуації в країні експортерів;
- здатність до якісного аналізу кон'юнктури ринків товарів, що дозволяє вчасно й ефективно задовольняти виявлені потреби в продукції, послугах;
- здатність до ефективної виробничої диверсифікованості;
- необхідний рівень адаптивних якостей, що дозволяють гнучко реагувати на зміни зовнішнього ринку (технологічна, ресурсна, організаційна гнучкість підприємства, як виробничо-економічної системи);
- забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності товару, необхідного для існуючих і перспективних сегментів ринку;
- здатність виробничо-економічної системи в найбільш повнім і ефективному використанні наявних у розпорядженні й всіх видах ресурсів, що здобуваються для майбутнього виробництва;
- здатність забезпечення високоефективного функціонування підприємства за допомогою найбільш раціонального використання його інвестиційного потенціалу;
- організація чіткої синхронізації роботи організаційних, виробничих і транспортних ланок підприємства при виконанні експортних замовлень;
- принципи й форми роботи фахівців у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішні й внутрішні фактори формують домінанти зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Сутність економічного ефекту від здійснення зовнішньоекономічної діяльності на державному рівні визначається як порівняльний аналіз доходів і

витрат від зовнішньоекономічних операцій, що може виражатися як прямий та непрямий ефекти [13, с.90].

Прямий ефект від здійснення зовнішньоекономічної діяльності виникає при зменшенні витрат на експорт продукції та економії від імпорту за умови, якщо імпортування певного виду продукції економічно вигідніше за вироблення її в країні. Цей ефект вимірюється за допомогою багатьох показників.

Непрямий ефект характеризується позитивним впливом на соціально-економічний розвиток, підвищення науково-технічного рівня виробництва, покращення рівня та якості життя населення. Особливості непрямого впливу від зовнішньоекономічної діяльності важко оцінити кількісно, оскільки він має певну специфіку.

Розрізняють такі показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності [5, 6, 8]:

- народногосподарська ефективність зовнішньоекономічних операцій;
- народногосподарський ефект від зовнішньоекономічних операцій;
- економічна ефективність експорту або імпорту;
- економічний ефект від експорту чи імпорту;
- бюджетна ефективність експорту або імпорту;
- бюджетний ефект від експорту або імпорту;
- валютні доходи від експорту;
- валютна ефективність експорту;
- витрати на імпорту продукцію;
- валютна ефективність імпорту;
- індекс валютної виручки на одиницю продукції.

Для визначення напрямів удосконалення і перспектив розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіону необхідна адекватна оцінка поточного стану зовнішньоекономічної діяльності, виявлення основних тенденцій і проблем у цій сфері.

На рівні окремого району вчені й практики, крім оцінки ефективності

зовнішньоторговельного обороту, експорту а імпорту, досліджували його галузеву експортну спеціалізацію і пропонували до розрахунків загальні й районні коефіцієнти галузевої спеціалізації (концентрації, локалізації) експорту, інтегральні показники експортної спеціалізації району, що враховують масштабність регіону за територією, населенням і виробленим національним доходом, показники ефективності участі району в зовнішньоекономічних зв'язках, регіональні коефіцієнти відносної валютної народногосподарської ефективності (показник ефективності районного експортного еквівалента: показник ефективності зовнішньоторгового обороту району).

Сучасна економічна ситуація в країні й у світі суттєво змінилася під впливом глобалізаційних процесів, тому багато показників, запропонованих радянськими економістами, через об'єктивні причини у даний час використовувати неможливо. Разом з тим, необхідність у розробці методики оцінки зовнішньоекономічної діяльності (не тільки ефективності) як на рівні країни і регіону, так і на рівні окремого економічного суб'єкта існує, але практичних кроків у цьому напрямку робиться поки що недостатньо.

Державна митна служба України проводить оцінку зовнішньоекономічної діяльності в розрізі «товар – країна» і «країна – товар», яка в укрупненому вигляді зводиться до [10, с.115]:

- загальної характеристики зовнішньоекономічної діяльності (визначення учасників зовнішньоекономічної діяльності, динаміка декларування, оцінка зовнішньоторгового обороту, експорту, імпорту, сальдо, визначення основних партнерів у зовнішній торгівлі, оцінка товарної структури і бартерних операцій);

- оцінки експорту (оцінка товарної структури по товарних групах, виділення основних країн-контрагентів і товарів, що поставляються в зазначені країни);

- оцінки імпорту (показники аналогічні експорту).

Проте, методичні рекомендації Державної митної служби України не передбачають використання тих чи інших показників для статистичного аналізу

зовнішньої торгівлі. Митні органи самостійно визначають коло використовуваних показників.

Крім аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності на регіональному рівні, необхідним є проведення досліджень й на мікроекономічному рівні. Це зумовлено тим, що з метою оцінки власних потенційних можливостей в конкурентній боротьбі на зовнішньому ринку і розробки заходів підвищення конкурентоспроможності та забезпечення максимального прибутку підприємству-експортеру необхідно проводити комплексний економічний аналіз виробничо-господарської діяльності в цілому і зовнішньоекономічної діяльності зокрема [25, с.43].

Зрозуміло, що підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства неможливо розглядати ізольовано, у відриві від таких важливих факторів, як модернізація виробничої структури, якість продукції, що випускається та ін., від проблем удосконалення всього господарського механізму, покращення різноманітних сторін управління підприємством в цілому. Ефективність зовнішньоекономічних операцій багато в чому закладається на етапі їх планування і попередньої підготовки до проведення, а оцінюється шляхом фінансового аналізу.

Аналіз у зовнішньоекономічних зв'язках направлений на вивчення результатів виробничо-комерційної і фінансової діяльності (й фінансового положення) підприємств.

Аналіз господарської діяльності підприємств, об'єднань, фірм здійснюється за допомогою різних прийомів [14; 28]:

- а) логічних (деталізація, порівняння, елімінування, узагальнення);
- б) статистичних (зведення, угруповання цифрового матеріалу, середні величини, індекси, ряди динаміки);
- в) математичних (математичне моделювання, математичний аналіз);
- г) інтегральних (математична статистика і теорія ймовірностей, економічна кібернетика),
- д) евристичних та ін.

Для аналізу господарської діяльності використовуються дані бухгалтерського і оперативного обліку і звітності й інші джерела інформації. Матеріали, що залучаються до аналізу, повинні бути перевірені (точність арифметичних підрахунків, взаємна узгодженість показників звітності і достовірність облікових даних). У ряді випадків цифрові дані, що залучаються для аналізу, округляються для представлення в таблицях (якщо це не наносить збитку точності дослідження) [32, с.117].

На цьому етапі безпосереднього вивчення залучених матеріалів застосовують різні прийоми аналізу і методи статистичної обробки матеріалів. При цьому обчислюють різні аналітичні показники у вигляді абсолютних, відносних величин (відсотки, питому вагу, індекси і т.д.) і середніх величин; розраховують вплив взаємодіючих чинників; встановлюють схеми взаємозв'язку; будують ряди динаміки, діаграми і графіків, конструюють аналітичні таблиці. В підсумку формулюють висновки і складають необхідні пропозиції за результатами аналізу.

Отже, основними задачами аналізу зовнішньоекономічної діяльності є:

- 1) оцінка рівня, і якість виконання підприємством зобов'язань за контрактами з іноземними партнерами;
- 2) характеристика динаміки (розвитку) зовнішньоекономічної діяльності підприємства (звичайно за звітний і попередній роки);
- 3) оцінка раціональності використання засобів, залучених для виконання зобов'язань за контрактами – центральна, найбільш складна задача аналізу. Виконання вказаної задачі передбачає послідовне або паралельне вивчення обороту оборотного капіталу підприємства (в основному, в частині зовнішньоекономічної діяльності), дослідження накладних витрат по експорту й імпорту товарів, вивчення ефективності зовнішньоекономічних операцій;
- 4) узагальнення попередніх результатів аналізу за допомогою коефіцієнта віддачі оборотного капіталу, що й дозволить відповісти на питання – наскільки раціонально, тобто по-господарському, використовувався оборотний капітал в ході зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

5) оцінка фінансових результатів зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

6) характеристика фінансового положення, платоспроможності і рентабельності підприємства.

Важливим питанням управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є визначення стратегії і тактики його роботи. На стадії організації головною стратегічною проблемою підприємства є вибір сфери діяльності та визначення перспективних проектів в обраній сфері. Ці питання вирішуються за допомогою аналізу інформації, яка міститься у фінансовій звітності і отримується в результаті маркетингових досліджень. Далі - визначення тактичного підходу до розв'язання поставлених завдань. Передусім, тут треба враховувати той факт, що вихід на зовнішній ринок завжди є вступом до конкурентної боротьби. Тож ринкові регулятори, поєднуючись із конкуренцією, створюють єдиний механізм господарювання, який примушує виробника враховувати інтереси і потреби споживача, щоб ефективно функціонувати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства доцільно проводити на основі таких основних принципів [39, с.200]:

- простота і точність розрахункових операцій;
- комплексність та інформативна повнота оцінки;
- взаємозамінність складових алгоритму оцінки.

Алгоритм оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинен складатися з трьох етапів (рис. 1.6).

Підготовчий етап. Сутність даного етапу полягає у визначенні мети оцінювання, формулювання завдань, організації збору та систематизації інформації.

Розрахунковий етап. Дослідження на даному етапі доцільно проводити за двома напрямками.

1. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища включає [56, с.32]:

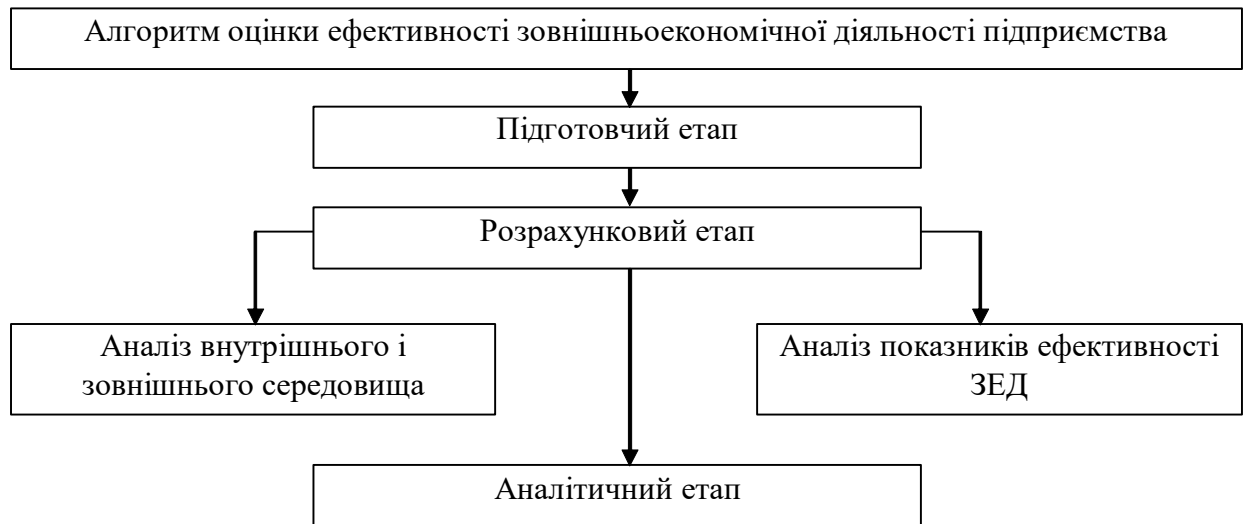


Рис. 1.6. Логічна схема алгоритму оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [56]

- оцінку ефективності ЗЕД підприємства (прибуток від реалізації, приріст обсягу збуту, збільшення частки ринку, коефіцієнт травматизму робітників, динаміка робочих місць, коефіцієнт автоматизації робіт);

- аналіз конкурентоспроможності продукції (розрахунок індексу відносної експортної конкурентоспроможності);

- маркетингове дослідження ринків збуту;

- аналіз діяльності конкурентів;

- оцінка рівня і якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, дослідження ефективності, переваг і недоліків укладання контрактів і договорів.

Фактори впливу внутрішнього і зовнішнього середовища повинні відповідати таким вимогам [60, с.276]:

- наявність причинно-наслідкового зв'язку між фактором і результативним показником;

- кількісне вираження.

2. Аналіз показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Серед найбільш загальних показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства доцільно виділити здатність підприємства досягти

поставлену мету та виконувати власну місію в стратегічному вимірі.

2.1. Аналіз динаміки основних результируючих показників (прибуток від ЗЕД тощо) доцільно проводити на основі розрахунку середнього коефіцієнту росту:

$$K_r = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \quad (1.1)$$

де y_1 та y_n - відповідно показники базисного та звітнього років.

2.2. Розрахунок прибутку від зовнішньоекономічної діяльності на одного працівника.

2.3. Розрахунок рентабельності експорту:

$$R_e = \frac{I_e}{P_e} \quad (1.2)$$

де I_e - чистий прибуток від експорту; P_e - експортний дохід.

2.4. Розрахунок загальної ефективності експорту:

$$E = \frac{I_e}{EX_e} \quad (1.3)$$

де I_e - прибуток від експорту; EX_e - затрати на експорт. $E > 0$.

2.5. З метою визначення ефективності імпорту продукції доцільно дотримуватися співвідношення:

$$EX_i < EX_l \quad (1.4)$$

де EX_i - витрати на імпорт продукції; EX_l - витрати на придбання продукції на національному ринку.

2.6. Також з метою одержання додаткової інформації щодо ефективності ЗЕД на її вплив на господарську діяльність підприємства, доцільно розраховувати коефіцієнти фінансової стабільності, платоспроможності, маневреності, ліквідності.

3. Аналітичний етап. Метою даного етапу є [44, с.56]:

- аналіз раціональності використання ресурсів з метою усунення небажаних відхилень від поставлених завдань виробничої програми;

- виявлення внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності;
- розробка заходів щодо залучення резервів у господарський обіг;
- контроль за реалізацією заходів.

Головна мета вищезазначеного алгоритму - підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання і пошук резервів її зростання. Запропонована методика оцінки зовнішньоекономічної діяльності дозволила обґрунтувати доцільність досліджень факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на зовнішньоекономічну діяльність. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності залежить від ґрунтовності та правильності поетапного планування і попередньої підготовки до її проведення, а оцінка проводиться шляхом фінансового аналізу. Результати проведеного дослідження у цьому напрямі надають можливість забезпечити підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства та посилити його конкурентні переваги на міжнародному ринку.

1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Існування великої кількості суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності вимагає створення дієвої системи державного регулювання, яка повинна володіти відповідними інституціями та інструментами регулювання таких експортно-імпортних операцій.

Регулювання ЗЕД здійснюється для забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України, стимулювання прогресивних структурних змін в економіці та створення найсприятливіших умов для залучення економіки нашої держави до системи світового поділу праці та наближення її до ринкових структур розвинених країн світу. Окрім того, роль правового регулювання ЗЕД, насамперед, полягає в підтримці державою національних галузей виробництва, оскільки при наявності жорсткої

конкуренції з боку імпортованих товарів підйом і функціонування національного виробництва стає неможливим. Практична реалізація операцій з експорту-імпорту товарів (продукції, послуг) здійснюється в Україні на підставі застосування певних правових норм, закріплених в міжнародних та національних нормативних документах, тому вивчення цих документів займає важливе місце серед питань організації та регулювання ЗЕД [56, с.45].

Головними нормативно-правовими актами, що регулюють питання здійснення зовнішньоекономічних операцій у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання є ті, що представлені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Нормативно-правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства в Україні

Нормативно-правовий акт	Характеристика
Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI [58]	Митний кодекс України - чинний кодекс з 2012 року, що визначає засади організації та здійснення митної справи в Україні, регулює економічні, організаційні, правові, кадрові та соціальні аспекти діяльності органів митниці України. Визначає принципи організації митної справи в Україні з метою створення умов для формування ринкової економіки та зростання активності зовнішньоекономічної діяльності на основі єдності митної території, мит та митних зборів. Цей Кодекс спрямований на забезпечення додержання митними, іншими державними органами, суб'єктами зовнішньоекономічної і господарської діяльності, а також громадянами прав та обов'язків у галузі митної справи.
Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV [21]	Господарський кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Господарський кодекс України має на меті забезпечити зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції України, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяти гармонізації її з іншими економічними системами.
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року № 959-XII [37]	В Законі визначаються принципи зовнішньоекономічної діяльності, окреслюється коло її суб'єктів, визначаються види зовнішньоекономічної діяльності, закріплюються основи її регулювання, а також передбачається встановлення спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності й містяться норми щодо відповідальності учасників зовнішньоекономічної діяльності та захисту їх прав та інтересів.

Продовження таблиці 1.2

Закон України «Про міжнародне приватне право» від 23 червня 2005 року № 2709-IV [38]	Цей Закон встановлює порядок урегулювання приватноправових відносин, які хоча б через один із своїх елементів пов'язані з одним або кількома правопорядками, іншими, ніж український правопорядок. Цей Закон застосовується до таких питань, що виникають у сфері приватноправових відносин з іноземним елементом: визначення застосовуваного права; процесуальна правоздатність і дієздатність іноземців, осіб без громадянства та іноземних юридичних осіб; підсудність судам України справ з іноземним елементом; виконання судових доручень; визнання та виконання в Україні рішень іноземних судів.
Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21 червня 2018 року № 2473-VIII [34]	Цей Закон визначає правові засади здійснення валютних операцій, валютного регулювання та валютного нагляду, права та обов'язки суб'єктів валютних операцій і уповноважених установ та встановлює відповідальність за порушення ними валютного законодавства. Метою цього Закону є забезпечення єдиної державної політики у сфері валютних операцій та вільного здійснення валютних операцій на території України.
Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» від 22 грудня 1998 року № 330-XIV [35]	Цей Закон визначає механізм захисту національного товаровиробника від демпінгового імпорту з інших країн, митних союзів або економічних угруповань. Він регулює засади і порядок порушення та проведення антидемпінгових розслідувань і застосування антидемпінгових заходів. Цей Закон застосовується щодо імпорту товару, який є об'єктом демпінгу, якщо такий імпорт заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару.
Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» від 22 грудня 1998 року № 331-XIV [36]	Цей Закон застосовується щодо субсидованого імпорту товару (товарів), що ввозиться в Україну з території країни походження або з території країни-посередника. У разі, коли товар безпосередньо не ввозиться на митну територію України з країни походження, а ввозиться в Україну через країну-посередника транзитом, одна або більше операцій вважаються, якщо це можливо, такими, що здійснені між країною походження товару (товарів) та Україною.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється згідно з принципами, визначеними в ст. 2 Закону України від 16 квітня 1991 р. «Про зовнішньоекономічну діяльність», з метою виконання наступних завдань: забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України; стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, зокрема зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів внутрішньоекономічної діяльності України; створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинених зарубіжних країн [37, ст. 2].

Правове регулювання ЗЕД в Україні здійснюється шляхом прийняття законів і законодавчих актів Верховною Радою України, нормативних актів Уряду, указів Президента України тощо.

Закони, законодавчі й нормативні акти визначають суб'єкти, об'єкти, принципи й функції регулювання того чи іншого виду діяльності, відповідальність юридичних і фізичних осіб.

Головним нормативно-правовим актом, що регулює зовнішньоекономічну діяльність й сьогодні, є Закон України від 16 квітня 1991 р. «Про зовнішньоекономічну діяльність», в якому визначаються принципи зовнішньо-економічної діяльності, окреслюється коло її суб'єктів, визначаються види зовнішньоекономічної діяльності, закріплюються основи її регулювання, а також передбачається встановлення спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності й містяться норми щодо відповідальності учасників зовнішньоекономічної діяльності та захисту їх прав та інтересів [37].

Приймаючи цей Закон, законодавець однією з основних його цілей визначив запровадження правового регулювання всіх видів зовнішньоекономічної діяльності в Україні, при цьому включаючи зовнішню торгівлю, економічне, науково-технічне співробітництво, спеціалізацію та кооперацію в галузі виробництва, науки і техніки, економічні зв'язки в галузі будівництва, транспорту, експедиторських, страхових, розрахункових, кредитних та інших банківських операцій, надання різноманітних послуг також.

Істотну роль у регулюванні зовнішньоекономічної діяльності відіграє й Господарський кодекс України, уведений у дію з 1 січня 2004 р. Останній містить загальні положення правового регулювання зовнішньоекономічних відносин, які закріплені у відповідному розділі VII Господарського кодексу України [21].

Але все ж основою зовнішньоекономічного законодавства, насамперед, є положення Конституції нашої держави про те, що зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки через підтримання мирного й взаємовигідного співробітництва з

членами міжнародного співтовариства за загальновизнаними принципами й нормами міжнародного права.

Надаючи великого значення зовнішньоекономічній діяльності, основний Закон України встановлює, що її засади визначаються виключно законами України [1].

Правовою формою реалізації зовнішньоекономічної діяльності є зовнішньоекономічний договір. В українському законодавстві і практиці використовуються різні поняття для того, щоб підкреслити, що мова йде про відносини суб'єктів господарювання в області зовнішньоекономічної діяльності: «зовнішньоторговельна операція» (статті 45, 568 і 569 Господарський кодекс України), «угода по зовнішній торгівлі» (ст. 567 Господарський кодекс України), «зовнішньоторговельний контракт», «договір у міжнародній торгівлі» і т. д. [21, ст.45, 567, 568,569].

Компанії, які працюють на міжнародних ринках, можуть утримати свої конкурентні позиції або створити власну стійку нішу тільки за умов знання своєї цільової аудиторії, постійного всестороннього аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням різних методів дослідження. Саме якісне інформаційне забезпечення дозволяє підприємствам суттєво знизити ризик невдач у прийнятті рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Але для досягнення максимального рівня безпомилкових результатів у процесі прийняття рішень будь-якого рівня вже недостатньо використовувати традиційні схеми роботи з інформацією. Менеджер зовнішньоекономічної діяльності отримує великі масиви даних, які необхідно перевіряти, систематизувати, фільтрувати, зберігати та використовувати. Постає проблема формування інформаційної системи менеджменту зовнішньоекономічної діяльності на основі сучасних інформаційних технологій. Саме автоматизація процесу відтворення інформації та знань дозволить підвищити ефективність роботи менеджера зовнішньоекономічної діяльності, що, в свою чергу, буде сприяти стійкому розвитку компанії в умовах жорсткої конкуренції за рахунок встановлення нових та утримання вже існуючих зовнішніх зв'язків.

Як було з'ясовано, чіткого тлумачення поняття інформаційного забезпечення менеджменту зовнішньоекономічної діяльності немає. В результаті опрацювання літературних джерел [2; 5; 19] було дано наступне визначення інформаційного забезпечення менеджменту зовнішньоекономічної діяльності – це створення інформаційних умов функціонування системи управління підприємства на підставі інформаційного обслуговування у вигляді надання необхідної інформації для розробки та прийняття стратегічних, тактичних та оперативних рішень в інтересах визначення та продуктивного досягнення зовнішньоекономічних стратегій.

У процесі виконання своїх функцій кожний менеджер зовнішньоекономічної діяльності стикається з проблемою отримання інформації. Тобто відчуває інформаційні потреби. Більшість інформаційних потреб пов'язана з виконанням типових функцій менеджера зовнішньоекономічної діяльності. Отже, можна на цій підставі виділити типові інформаційні потреби. Під типовими інформаційними потребами менеджера зовнішньоекономічної діяльності будемо розуміти основні категорії інформації, яка може бути затребувана у середньостатистичному випадку при виконанні стандартних обов'язків менеджера зовнішньоекономічної діяльності. Саме ці інформаційні потреби і повинні визначити структуру інформаційної системи менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, вимоги до об'ємів, якості, термінів та джерел її отримання, технологій автоматизації.

В табл. 1.3 представлені типові інформаційні потреби менеджера зовнішньоекономічної діяльності відповідно до його основних функцій та джерела отримання інформації.

Таблиця 1.3

Типові інформаційні потреби менеджера зовнішньоекономічної діяльності відповідно до його основної функції та джерела отримання інформації [42]

Функції	Інформаційні потреби	Джерела інформації
Аналіз попиту та пропозиції	Цільова аудиторія, ціновий сегмент, затрати на дослідження, конкуренти, партнери	Маркетингові дослідження, перегляд сайтів конкурентів

Продовження таблиці 1.3

Укладення і супроводження зовнішньоторгових контрактів	Особливості поведінки при ділових зустрічах, знання іноземних мов, знання щодо підписання угод	Законодавство України, міжнародне законодавство, правила Інкотермс, наукові та практичні розробки щодо адаптації до відмінностей культур різних країн
Оформлення необхідної супровідної документації (графіки поставок, контроль платежів)	Правила оформлення документів, знання щодо роботи в інформаційних системах, постачальники, споживачі, кількість товару, вартість продукції	Бухгалтерський облік, документи підприємства різного типу, прайс-лист, мережа Інтернет
Розробка та розвиток нових напрямів ЗЕД компанії	Ринок збуту, партнери, виробництво продукції, обсяг, ризики, позиції компанії на ринку	Маркетингові дослідження, законодавство України, міжнародне законодавство, наукові та практичні розробки щодо адаптації до відмінностей культур різних країн
Формування та розширення клієнтської бази за кордоном	Ринок збуту, партнери, ризики, позиції компанії на ринку	Маркетингові дослідження, законодавство України, міжнародне законодавство, розробки щодо адаптації до відмінностей культур різних країн
Ведення переговорів та ділової переписки	Особливості поведінки при ділових зустрічах, знання іноземних мов, знання щодо підписання угод, правила етикету	Законодавство України, міжнародне законодавство, розробки щодо адаптації до відмінностей культур різних країн
Контроль своєчасної оплати експортних та імпорتنних платежів	Розклад поставок та відправлення товару, наявність інформації щодо проведення зовнішніх операцій	Документи відправки і отримання вантажу, квитанції оплати, зовнішньоторговельний контракт
Взаємодія з митними та логістичними структурами	Хто керує відділом логістики і займається митним оформленням, основні задачі логіста і митного декларанта	Посадова інструкція логіста і митного декларанта, штатний розклад

З метою покращення роботи менеджера доцільним є автоматизація виконання типових функцій та інформаційних потоків, які супроводжують увесь процес розробки та прийняття рішень. Процес поступової автоматизації менеджменту підвищує ефективність роботи керівника та його підлеглих, знижує ризики та удосконалює процес задоволення клієнта. Тому є доцільним створення для менеджера зовнішньоекономічної діяльності власної конфігурації інформаційної системи, де буде розміщена вся важлива

безпосередньо для його діяльності інформація. Управлінцю в області зовнішньоекономічної діяльності перш за все необхідно знати основних суб'єктів господарювання на зовнішньому ринку, асортимент експортної продукції, склад свого відділу, розклад своєї управлінської діяльності та фінансові потоки в області зовнішньоекономічної діяльності [56, с.32].

Така інформаційна система менеджменту зовнішньоекономічної діяльності буде сприяти загальному розвитку підприємства через підвищення ефективності роботи як відділу зовнішньоекономічної діяльності в цілому, так і кожного працівника в ньому, який працює з інформаційними технологіями, скороченню часу на пошук необхідної інформації та її фільтрації, але саме основне – систематизації даних та виділенню якісної інформації для роботи менеджера зовнішньоекономічної діяльності.

Інформаційна система може бути реалізована як в традиційному паперовому виконанні, частково автоматизованою, з використанням файлової системи зберігання інформації, так і повністю автоматизованою, коли з метою формування інформаційного середовища менеджменту зовнішньоекономічної діяльності використовуються сучасні інформаційні технології.

З метою визначення найбільш доцільного програмного забезпечення для автоматизації діяльності менеджера зовнішньоекономічної діяльності було вивчено пропозицію на українському ринку інформаційних технологій як вітчизняних, так і закордонних виробників. Основними критеріями відбору були наступні [46, с.118]:

- можливість на основі програмного забезпечення побудови такої інформаційної системи, яка б дозволила задовольнити інформаційні потреби менеджера зовнішньоекономічної діяльності;
- можливість отримувати та накопичувати інформацію із встановлених джерел;
- можливість відтворити структуру інформаційної системи;
- можливість інтеграції з основною обліковою системою підприємства;
- вартість впровадження;

– довіра до виробника.

На основі проведеного дослідження було отримано висновок, що за всіма встановленими параметрами найбільш доцільним для використання у сфері зовнішньоекономічної діяльності як для малих, так і для середніх і великих підприємств, є програмне забезпечення «1С: Підприємство, 8».

Можна зробити висновок, що спираючись на теоретичне обґрунтування структури інформаційної системи для менеджера зовнішньоекономічної діяльності, була створена конфігурація системи управління зовнішньоекономічною діяльністю на базі технологічної платформи «1С: Підприємство, 8», яку запропоновано використовувати менеджеру з метою створення інформаційних умов функціонування системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. Використання заданої інформаційної системи дає можливість створення згрупованої бази релевантної інформації, яка відображає необхідні зовнішні та внутрішні фактори впливу на діяльність менеджера зовнішньоекономічної діяльності, з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Висновки до розділу 1

За результатами проведеного дослідження теоретичних основ організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що під зовнішньоекономічною діяльністю слід розуміти економічне оформлення міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють всі економічні операції, які здійснюються між господарськими суб'єктами країни та їх іноземними партнерами (зокрема експорт та імпорт товарів, капіталу, послуг, а також транскордонний рух робочої сили та грошей).

2. Узагальнено, що в загальній системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності процес управління зовнішньоекономічною

діяльністю підприємства є одним з основних понять менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та визначається як сукупність взаємозв'язаних дій, які забезпечують прийняття та виконання управлінських рішень при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

3. Встановлено, що за своїм змістом методи управління ЗЕД ідентифікуються з основними функціями управління: плануванням, мотивацією, контролем, організацією, регулюванням. Відповідно до них вони діляться на економічні, адміністративні, соціальні, психологічні, технологічні та правові. Основними з них є адміністративні та економічні методи управління ЗЕД. Вони діють узгоджено за допомогою певних інструментів.

4. Обгрунтовано, що запропонована методика оцінки зовнішньоекономічної діяльності дозволяє обгрунтувати доцільність досліджень факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на зовнішньоекономічну діяльність. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності залежить від ґрунтовності та правильності поетапного планування і попередньої підготовки до її проведення, а оцінка проводиться шляхом фінансового аналізу.

5. Доведено, що регулювання ЗЕД здійснюється для забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України, стимулювання прогресивних структурних змін в економіці та створення найсприятливіших умов для залучення економіки нашої держави до системи світового поділу праці та наближення її до ринкових структур розвинених країн світу.

6. Визначено, що з метою покращення роботи менеджера доцільним є автоматизація виконання типових функцій та інформаційних потоків, які супроводжують увесь процес розробки та прийняття рішень. Процес поступової автоматизації менеджменту підвищує ефективність роботи керівника та його підлеглих, знижує ризики та удосконалює процес задоволення клієнта.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІП «РЕТАЛ УКРАЇНА»

2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства

Іноземне підприємство «Ретал Україна» вже більше 20 років пропонує кращі рішення для клієнтів в області ПЕТ-упаковки. ІП «Ретал Україна» розвиває ПЕТ-індустрію в 10 країнах на 19 виробничих майданчиках, а географія продажів налічує понад 20 країн Європи, Азії, Африки і Америки. Президентом і членом Ради Директорів компанії з 2007 року є Анатолій Мартинов. ІП «Ретал Україна» працевлаштовує понад 1500 осіб по всьому світу. Головний офіс компанії - «Ретал Індастріз ЛТД» знаходиться на Кіпрі в г.Лімасол [68].

Загальна організаційно-правова характеристика підприємства ІП «Ретал Україна» представлена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна організаційно-правова характеристика ІП «Ретал Україна»

Ознака	Характеристика
Повне найменування юридичної особи	ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО РЕТАЛ УКРАЇНА
Скорочена назва	ІП «РЕТАЛ УКРАЇНА»
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	30729718
Дата реєстрації	25.01.2000
Організаційно-правова форма	Іноземне підприємство
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Основний: 22.22 Виробництво тари з пластмас Інші: 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами
Адреса	Україна, 03680, місто Київ, ВУЛИЦЯ ЯКУТСЬКА, будинок 7 ЛІТ."Б"

ІП «Ретал Україна» створено з метою отримання прибутку в процесі діяльності по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг, а також при здійсненні іншої, не забороненої чинним законодавством України діяльності, в тому числі зовнішньоекономічної [68].

Основним видом діяльності ІП «Ретал Україна» є виробництво тари з пластмас.

Місія ІП «Ретал Україна» - запропонувати продукт високої якості за оптимальною ціною.

Об'єднавши зусилля розробників, виробників і постачальників в рамках єдиного холдингу, ІП «Ретал Україна» забезпечує собі конкурентні переваги, оперативно впроваджуючи в життя унікальні перевірені рішення та сервісну підтримку в області виробництва полімерної упаковки.

ІП «Ретал Україна» - клієнтоорієнтована компанія, що пропонує широкий спектр рішень і послуг. ІП «Ретал Україна» пропонує і створює унікальні рішення, яким можна довіряти: від дизайну і створення прототипів до запуску кінцевого продукту.

Стратегічний клієнтоорієнтовний підхід ІП «Ретал Україна» - ми фокусуємося на ваших цілях - продукт, отриманий в результаті нашої спільної роботи відповідає специфікації і бюджету.

В R&D центрі ІП «Ретал Україна» налагоджена комунікація з іншими відділами компанії: виробництвом, відділом продажів, лабораторією якості, службою технічної підтримки і сервісу [68].

Завдяки цьому фахівці компанії знають про поточні потреби клієнта і найбільш актуальні тенденції ринку ПЕТ-пляшок. ІП «Ретал Україна» проводить дослідження нових матеріалів, барвників і функціональних добавок, тестує і впроваджує економічні рішення з мінімальною вагою упаковки, пропонує в найкоротші терміни спеціальні і нестандартні рішення і бере на себе відповідальність за успішний і своєчасний комерційний запуск продукту.

ІП «Ретал Україна» є юридичною особою і діє на підставі Статуту і законодавства України. Підприємство створено відповідно до рішення

установчих зборів 07 липня 2008 року відповідно до установчого договору. Підприємство має самостійний баланс, розрахунковий і валютний рахунки, фірмову назву, круглу печатку. Підприємство набуло права юридичної особи з моменту державної реєстрації. Підприємство для досягнення мети своєї діяльності має право від свого імені укладати угоди, придбавати майно і нести зобов'язання, бути позивачем і відповідачем у суді.

Метою діяльності ІП «Ретал Україна» є: отримання прибутку, заповнення внутрішнього ринку товарами народного споживання, освоєння сучасних промислових технологій, «ноу-хау», управлінського і комерційного досвіду, укріплення експортної бази України.

Згідно Статуту предметом діяльності ІП «Ретал Україна» є [68]:

- розширення та реконструкція діючих підприємств з метою збільшення конкурентоздатності продукції з наступною реалізацією її як на ринок України, так і за її межами;
- виробництво тари з пластмас;
- консультації в галузі технології виробництва виробів з пластмас;
- впровадження нових технологій, винаходів, “ноу-хау” в масове виробництво виробів з пластмас;
- оптова, роздрібна та виїзна торгівля;
- залучення в економіку України інвестицій ведучих фірм-виробників виробів з пластмас тощо.

ІП «Ретал Україна» є юридичною особою і діє на основі повного господарського розрахунку, самофінансування, самоокупності та відповідно до чинного законодавства України та даного Статуту. Має право юридичної особи з дня державної реєстрації. Підприємство має самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в установах банків, печатку та інші штампи з своїми реквізитами. Підприємство може створювати на території України, а також за кордоном дочірні підприємства, філії та представництва.

Філії та представництва діють від імені та на основі положень про них, затверджених підприємством, а дочірні підприємства на основі затверджених

підприємством статутів. Підприємство може бути учасником спільних підприємств, акціонерних та інших товариств, концернів, консорціумів, асоціацій та інших добровільних об'єднань. Учасники несуть відповідальність в межах їх вкладів, відповідають по зобов'язанням підприємства невнесеною частиною вкладу у випадку ліквідації, звернення стягнення на майно підприємства відповідно до чинного законодавства.

Основними завданнями підприємства є створення додаткових потужностей в промисловості виробив з пластмас, організація торгівлі, застосування нового устаткування і технологій, участь у розвитку інших галузей народного господарства України [68].

ІП «Ретал Україна» має право продавати, передавати безкоштовно, обмінювати, передавати в оренду юридичним та фізичним особам засоби виробництва та інші матеріальні цінності, відчужувати їх іншим особам, та використовувати у спосіб, що не суперечить чинному законодавству та статуту підприємства навіть якщо такий спосіб прямо не зазначений у статуті. Рішення про відчуження об'єктів нерухомості, засобів виробництва та інших матеріальних цінностей приймають в порядку визначеним статутом підприємства. Підприємство має право укладати договори, в тому числі зовнішньоекономічні, зокрема, договори купівлі-продажу, підряду, страхування майна, перевезень, зберігання, доручення і комісії тощо, набувати майнові та особисті немайнові права, нести обов'язки, виступати у суді.

Майно ІП «Ретал Україна» складається з основних засобів та оборотних коштів та інших цінностей, вартість яких відображається в балансі. Джерелом формування майна підприємства є:

- грошові та матеріальні внески власника;
- прибутки отримані від реалізації продукції, робіт та послуг, а також від інших видів господарської діяльності;
- безоплатні або благодійні внески, пожертвування підприємств, організацій громадян;
- інші джерела не заборонені законодавчими актами України.

ІП «Ретал Україна» є власником:

- майна переданого власником у власність;
- продукції, виробленої підприємством в результаті господарської діяльності;
- іншого майна, набутого на підставах, не заборонених чинним законодавством.

Ризик випадкової загибелі або пошкодження майна, що є власністю ІП «Ретал Україна» або передане йому в користування, несе який на день реєстрації підприємства сформований повністю. Управління на підприємстві здійснюється у двох сферах: виробничо-технічній, коли виконуються роботи з організації, координації та регулювання виробничого процесу, та соціальної, коли регулюються взаємовідносини між учасниками виробничого процесу в умовах поділу і кооперації праці, формування відносин між управлінцями та виконавцями [68].

Організаційна структура управління підприємством ІП «Ретал Україна» є засобом сприяння досягнення менеджерами своїх цілей. Оскільки цілі є похідними від загальної стратегії підприємства, тісний зв'язок стратегії та структури цілком логічний. Відповідно організаційна структура має дотримуватися певної стратегії. І якщо менеджери здійснюють вагомі зміни у своїй організаційній стратегії, вони мають модифікувати організаційну структуру задля пристосування до цих змін та їх підтримання. Відповідно до організаційної структури підприємства розробляється система управління підприємством ІП «Ретал Україна».

Організаційна структура управління підприємством ІП «Ретал Україна» - основа системи управління, яка визначає склад, підпорядкованість та взаємодію її елементів окреслює необхідну кількість управлінського персоналу, здійснює його розподіл за підрозділами, регламентує адміністративні, функціональні та інформаційні взаємовідносини між працівниками апарату управління та структурними підрозділами, встановлює права, обов'язки і відповідальність менеджерів тощо.

ІП «Ретал Україна» поділене на центри відповідальності, які базуються на вертикальних відносинах, тобто управління діяльністю підрозділів здійснюється одним центром – апаратом управління.

Організаційну структуру управління підприємства ІП «Ретал Україна» представлено на рис. 2.1.

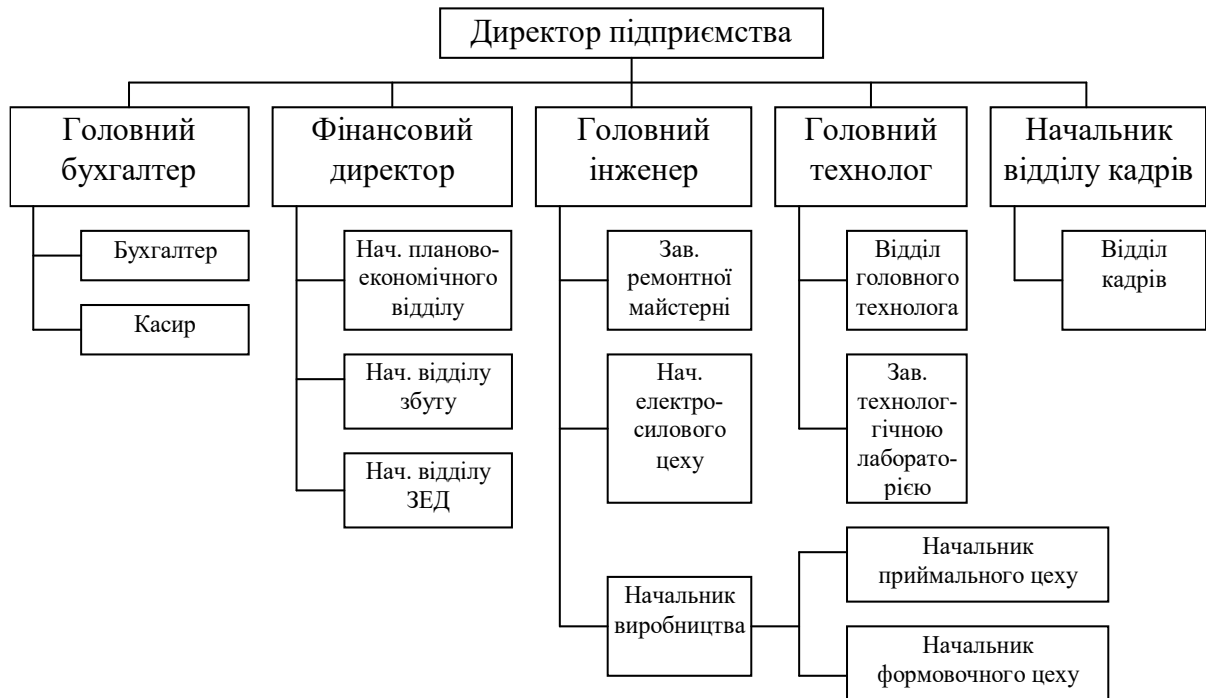


Рис. 2.1. Організаційна структура управління ІП «Ретал Україна»

Виконавчим органом ІП «Ретал Україна» який здійснює його поточну діяльність, є директор який призначається власником. Оперативне керівництво підприємством здійснює директор. Директор підприємства: визначає організаційну структуру підприємства; затверджує правила внутрішнього розпорядку; підбирає кадри та створює робочий апарат тощо.

До переваг можна організаційної структури ІП «Ретал Україна» можна віднести те, що для якісного використання своєї функції кожен підрозділ організації затрачає максимум необхідних зусиль. Недоліком же є збільшення загальних витрат через неминуче дублювання робіт для різних підрозділів підприємства, а також довгий час який затрачає рішення, прийняте керівництвом, коли йде по ланцюгу від керівника до підлеглого. Структура ІП «Ретал Україна» є централізованою.

2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства

Для більш повної уяви про ефективність господарювання підприємства ІП «Ретал Україна» слід здійснити фінансовий аналіз його діяльності, оскільки фінансовий стан підприємства є запорукою його життєдіяльності в умовах ринкової економіки. В першу чергу необхідно провести розрахунок основних економічних показників діяльності підприємства ІП «Ретал Україна» згідно даних табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Основні економічні показники господарської діяльності ІП «Ретал Україна»

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	29913,00	40793,00	47534,00	17621,00	58,91
Валовий прибуток, тис. грн.	27234,00	36640,00	40459,00	13225,00	48,56
Чистий прибуток, тис. грн.	2020,00	1910,00	1876,00	-143,00	-7,08
Середньорічна вартість, тис. грн.: – необоротних активів;	32160,50	40146,50	60688,50	28528,00	88,71
– оборотних активів	61099,50	74641,50	102123,00	41023,50	67,14
Фондовіддача, грн	1,91	2,43	3,47	1,57	82,04
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	0,45	0,49	0,39	-0,06	-13,18
Продуктивність праці, тис. грн.	67,22	87,35	103,79	36,57	54,40
Рентабельність господарської діяльності, %	14,25	9,66	6,69	-7,56	x

Аналіз показав, що підприємство працює прибутково. У 2021 році чистий дохід зріс на 17621,0 тис. грн. або на 58,91% порівняно з 2019 роком, що склало 47534,0 тис. грн. Чистий прибуток компанії значний. Якщо у 2019 році він становив 2020,0 тис. грн., то у 2021 році значення цього показника становило 1876,0 тис. грн. або 92,92% до рівня 2019 р. Зазначимо, що підприємство є прибутковим, але в 2021 році спостерігалася тенденція до зниження рівня рентабельності господарської діяльності ІП «Ретал Україна» на 7,56 пункта порівняно з 2019 роком.

Згідно з фінансовою звітністю, показники, наведені в табл. 2.3, можуть бути використані для оцінки майнового стану ІП «Ретал Україна».

Таблиця 2.3

Динаміка показників майнового стану ІП «Ретал Україна»

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Загальна вартість активів (майна), тис.грн.	102867,00	126709,00	198914,00	96047,00
Вартість необоротних активів, тис. грн.	36674,00	43619,00	77758,00	41084,00
Вартість оборотних активів, тис. грн.	66193,00	83090,00	121156,00	54963,00
Вартість матеріальних оборотних активів (запасів), тис. грн.	0,00	101,00	176,00	176,00
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	2191,00	3503,00	3093,00	902,00
Грошові кошти, тис. грн.	63505,00	79175,00	117442,00	53937,00
Зареєстрований капітал, тис. грн.	33551,00	33551,00	33551,00	0,00
Власний капітал, тис. грн.	39364,00	41943,00	44664,00	5300,00
Залучений капітал, тис. грн.	63503,00	84766,00	154250,00	90747,00
Довгострокові зобов'язання для формування необоротних активів, тис. грн.	10,00	12,00	0,00	-10,00
Поточні зобов'язання, тис. грн.	4284,00	4989,00	6459,00	2175,00
Вартість активів (майна) за первинною вартістю, тис. грн.	105825,00	130411,00	202019,00	96094,00
Робочий (чистий оборотний) капітал, тис. грн.	61909,00	78101,00	114697,00	52788,00
Частка власних оборотних активів	0,94	0,94	0,95	0,01
Коефіцієнт постійності активів	0,36	0,34	0,39	0,03
Коефіцієнт співвідношення: необоротних і оборотних активів	0,55	0,52	0,64	0,09
оборотних і необоротних активів	1,80	1,90	1,56	-0,25

За результатами аналізу встановлено, що загальна вартість майна (активів) ІП «Ретал Україна» у 2021 році зросла на 96047,0 тис. грн. порівняно з 2019 роком і становить 198914,0 тис. грн. Вартість довгострокових активів у 2021 році зросла на 41084,0 тис. грн., а короткострокових – на 54963,0 тис. грн. Слід зазначити, що в структурі оборотних активів підприємства найбільшу частину займають грошові кошти. Зокрема, у 2021 році вартість найбільш ліквідного виду активу – готівки – склала 117442,0 тис. грн., що на 53937,0 тис. грн. більше рівня 2019 р. Це свідчить про позитивний зсув у зміцненні платоспроможності підприємства. При цьому слід звернути увагу на досить значну суму дебіторської заборгованості, яка за 2021 рік зросла на 902,0 тис. грн. і становить 3093,0 тис. грн.

З метою проведення аналізу доходу ІП «Ретал Україна» необхідно

провести аналіз джерел його доходів за звітом про фінансові результати підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка доходів господарської діяльності ІП «Ретал Україна»

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	29913,00	40793,00	47534,00	17621,00	58,91
Інші операційні доходи, тис.грн.	9928,00	12876,00	62655,00	52727,00	531,09
Інші фінансові доходи, тис.грн.	152,00	316,00	2360,00	2208,00	1452,63
Інші доходи, тис.грн.	407,00	182,00	209,00	-198,00	-48,65
Разом	40400,00	54167,00	112758,00	72358,00	179,10

Отже, в результаті аналізу даних табл. 2.4., приходимо до висновку, що підприємство в 2021 році отримало доходів на загальну суму 112758,0 тис.грн., що на 72358,0 тис.грн., або 179,1 % більше за рівень 2019 року. В структурі доходів найбільшу питому вагу займає чистий дохід від реалізації товарів (47534,0 тис.грн. в 2021 році), а також інші операційні доходи (62655,0 тис.грн. в 2021 році), які збільшились на 52727,0 тис.грн., або в 5,31 рази. ІП «Ретал Україна» також отримує інші доходи, питома вага яких є малою.

Розглянемо динаміку формування операційних витрат ІП «Ретал Україна» за звітом про фінансові результати (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка операційних витрат ІП «Ретал Україна» за елементами

Види витрат	2019 р.		2020 р.		2021 р.		2021 р. до 2019 р.		
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	+, –	%	пункт. в стр-рі
Матеріальні витрати	453	2,16	499	1,94	473	1,35	20	4,42	-0,81
Витрати на оплату праці	3419	16,29	3731	14,52	6250	17,87	2831	82,80	1,58
Відрахування на соціальні заходи	923	4,40	1107	4,31	1463	4,18	540	58,50	-0,22
Амортизація основних засобів	977	4,65	866	3,37	1115	3,19	138	14,12	-1,46
Інші операційні витрати	15219	72,50	19498	75,86	25683	73,41	10464	68,76	0,91
Разом	20991	100,00	25701	100,00	34984	100,00	13993	66,66	0,00

За даними табл. 2.5 видно, що операційні витрати ІП «Ретал Україна» зросли на 13993,0 тис.грн і у 2021 році становили 34984,0 тис.грн. Таке зростання витрат слід пов'язувати із зростанням обсягів господарської діяльності, що знаходить відповідне відображення у зростанні операційних витрат (в першу чергу витрат на оплату праці і соціальні заходи та інших операційних витрат). Також, слід відмітити скорочення частки матеріальних витрат підприємства на 0,81 пункт структури. З таблиці 2.7 видно, що в структурі операційних витрат ІП «Ретал Україна» у 2021 році відбулися значні зрушення.

Необхідно провести аналіз формування основних показників прибутковості підприємства ІП «Ретал Україна» згідно даних табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка прибутків господарської діяльності ІП «Ретал Україна»

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Валовий прибуток, тис. грн.	27234,00	36640,00	40459,00	13225,00	48,56
Операційний прибуток, тис.грн.	3066,00	3313,00	251,00	-2815,00	-91,81
Чистий прибуток, тис. грн.	2020,00	1910,00	1876,00	-143,00	-7,08

Аналіз показав, що підприємство діє прибутково, про що свідчать дані показників валового, операційного та чистого прибутку. Зокрема в 2019 році величина валового прибутку підприємства становила 27234,0 тис.грн. В 2021 році відбулося збільшення валового прибутку на 13225,0 тис.грн або на 48,56 % в порівнянні з 2019 роком, що склало 40459,0 тис.грн. Чистий прибуток підприємства є значним, проте як негативне слід відмітити його скорочення в 2019-2021 роках. Якщо в 2019 році він становив 2020,0 тис.грн., то в 2021 році значення цього показника становило 1876,0 тис.грн. або 92,92% рівня 2019 року.

Характеристика ефективності роботи підприємства не може бути повною без аналізу показників ліквідності. Аналіз головних показників ліквідності майна (активів) підприємства ІП «Ретал Україна» будемо вести виходячи з даних табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка показників ліквідності майна ІП «Ретал Україна»

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	15,45	16,65	18,76	3,31
Коефіцієнт швидкої ліквідності	15,40	16,63	18,73	3,33
Коефіцієнт незалежної (забезпеченої) ліквідності	14,82	15,87	18,18	3,36
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	14,83	15,87	18,18	3,35
Частка оборотних активів в загальній сумі активів	0,64	0,66	0,61	-0,03

Як свідчить аналіз, підприємство ІП «Ретал Україна» має достатньо великий запас ліквідності. Водночас, не всі показники ліквідності знаходяться в межах нормативу. Загальний коефіцієнт покриття є важливим показником платоспроможності. Він показує, скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю поточних зобов'язань [43, с.336]. Як показав аналіз, в усіх звітних періодах підприємство має значення цього показника значно вище за критичне (18,76), і як позитивне зрушення слід відмітити, що у 2021 році відбулося його зростання на 3,31 пункти порівняно з 2019 роком.

Якщо на покриття зобов'язань підприємство передбачає мобілізувати оборотні активи в частині грошових коштів і коштів в розрахунках, можна одержати коефіцієнт швидкої ліквідності. Він дорівнює частці від ділення цієї частини оборотних активів на суму поточних зобов'язань підприємства. Теоретично виправдана оцінка цього коефіцієнта знаходиться в межах 0,5–1,0. В нашому випадку у 2021 році значення цього показника дорівнює 18,73, тобто значно вище критичного значення. Наймобільнішою частиною оборотних активів є гроші. Оборотні активи в грошах готові до платежу й розрахунків негайно, тому відношення їх до поточних зобов'язань підприємства називають коефіцієнтом абсолютної ліквідності. Підприємство в 2021 році має надзвичайно високе значення цього коефіцієнта – 18,18, що свідчить про наявність наймобільніших активів – грошових коштів.

Оцінка надійності визначених коефіцієнтів ліквідності здійснюється в процесі вивчення питомої ваги оборотних активів та їх окремих видів в складі майна підприємства. В 2021 році відбулося зменшення частки оборотних активів в загальній сумі активів підприємства на 0,03 пункти в порівнянні з 2019 р.

Діагностику показників фінансової стійкості у використанні капіталу підприємства ІП «Ретал Україна» будемо проводити виходячи з даних табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка показників фінансової стійкості ІП «Ретал Україна»

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Коефіцієнт автономії (концентрації власного капіталу)	0,38	0,33	0,22	-0,16
Маневреність робочого капіталу	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт фінансової залежності	2,61	3,02	4,45	1,84
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,57	1,86	2,57	1,00
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,04	0,04	0,03	-0,01
Коефіцієнт поточних зобов'язань	1,00	1,00	1,00	0,00
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	0,11	0,12	0,14	0,04
Коефіцієнт забезпечення власними коштами	0,04	-0,02	-0,27	-0,31
Коефіцієнт фінансової стабільності	9,17	8,39	6,92	-2,25
Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	272,73	773,28	651,69	378,96
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів робочим капіталом	0,94	0,94	0,95	0,01

Як показав аналіз, у компанії ІП «Ретал Україна» є неприйнятна умова щодо низки показників її фінансової стійкості. Зокрема, коефіцієнт автономії (концентрації власного капіталу), що характеризує частку активів власників компанії в загальній сумі активів, наданих для її діяльності у 2021 році, становить 0,22 при нормативному значенні не менше 0,5. Значення коефіцієнта фінансової залежності від'ємне. При нормативному значенні не більше 2,0 у 2019 році значення цього показника становило 2,61, а в 2021 році зросло на 1,84 пункти до 4,45. Коефіцієнт фінансової стабільності становив 9,17 у базовому році та 6,92 у 2021 році. Показник фінансової стійкості характеризує співвідношення власного та боргового капіталу і розраховується шляхом

ділення власного капіталу на зобов'язання. Розрахунки показують, що коефіцієнт фінансової стабільності за аналізований період знизився на 2,25 пункти і становить 6,92 у 2021 році. Це означає, що підприємство має значну фінансову стійкість, оскільки це значення вище нормативного (більше 1,0).

Надзвичайно важливим є аналіз та оцінка діяльності компанії, яка характеризується абсолютними та відносними показниками ефективності споживання ресурсів та ділової активності ІП «Ретал Україна» (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Динаміка показників ділової активності ІП «Ретал Україна»

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,49	0,55	0,47	-0,02	-4,93
Тривалість обороту оборотних активів, дні	745,54	667,86	784,17	38,63	5,18
Коефіцієнт оборотності запасів	180,74	248,74	343,21	162,46	89,89
Тривалість обороту запасів, дні	2,02	1,47	1,06	-0,96	-47,34
Коефіцієнт оборотності активів	0,32	0,36	0,29	-0,03	-8,98
Тривалість обороту активів, дні	1137,96	1027,08	1250,18	112,22	9,86
Тривалість операційного циклу, дні	744,05	665,44	781,32	37,27	5,01
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,64	1,00	1,10	0,45	70,69
Тривалість обороту власного капіталу, дні	567,55	363,75	332,52	-235,04	-41,41
Тривалість фінансового циклу, дні	634,90	623,95	737,37	102,46	16,14
Фондоозброєність праці (за оплатою праці)	4,11	4,35	2,44	-1,67	-40,65
Матеріаломісткість господарської діяльності	0,02	0,02	0,01	-0,01	-37,35
Трудомісткість господарської діяльності	0,21	0,19	0,22	0,01	6,59
Фондомісткість господарської діяльності	0,05	0,03	0,03	-0,01	-31,52
Матеріаловіддача	46,34	51,51	73,96	27,62	59,61

Дані розрахунку коефіцієнтів реалізації активів підприємства свідчать про певне зниження ділової активності ІП «Ретал Україна». Зокрема, показник оборотності оборотних активів, що характеризує можливість їх звільнення від господарської діяльності та можливості більш ефективного використання коштів, у 2019 році склав 0,49 пунктів, а у 2021 році зменшився до 0,47 пунктів,

тобто 0,02 пункта. Узагальнюючими показниками використання ресурсів підприємства є фондомісткість, матеріаломісткість, трудомісткість господарської діяльності. Аналіз показує, що у 2021 році матеріаломісткість дещо знизилася (на 0,01 грн порівняно з 2019 роком), а трудомісткість зросла (на 0,01 грн порівняно з 2019 роком). У свою чергу, у 2021 році також відбулося зниження фондомісткості на 0,01 грн.

Щоб зробити висновок про ефективність управління ІІ «Ретал Україна», прибуток слід порівняти з понесеними витратами або активами, понесеними під час здійснення бізнесу (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Динаміка показників ефективності господарської діяльності ІІ «Ретал Україна»

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	0,10	0,11	0,17	0,08
Коефіцієнт окупності чистого доходу	1,10	1,11	1,17	0,08
Рентабельність операційної діяльності	14,61	11,10	0,60	-14,01
Рентабельність господарської діяльності	14,25	9,66	6,69	-7,56
Рентабельність підприємства	9,62	6,40	4,46	-5,16
Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції	6,75	4,68	3,95	-2,80
Рентабельність активів	2,16	1,66	1,15	-1,01
Рентабельність виручки від операційної діяльності	7,70	6,17	0,23	-7,47
Коефіцієнт покриття виробничих витрат	0,09	0,10	0,15	0,06
Коефіцієнт покриття адміністративних витрат	0,31	0,21	0,31	0,00
Коефіцієнт покриття витрат на збут	0,20	0,33	0,17	-0,03
Співвідношення адміністративних витрат і собівартості реалізованої продукції	3,45	2,09	2,08	-1,37
Співвідношення витрат на збут і собівартості реалізованої продукції	2,27	3,26	1,14	-1,14
Частка адміністративних витрат в структурі операційних витрат	0,44	0,34	0,42	-0,02
Частка витрат на збут в структурі операційних витрат	0,29	0,53	0,23	-0,06
Коефіцієнт покриття активів	3,12	2,81	3,43	0,31
Коефіцієнт окупності активів	0,32	0,36	0,29	-0,03
Коефіцієнт покриття власного капіталу	1,11	1,00	0,91	-0,20
Коефіцієнт окупності власного капіталу	0,90	1,00	1,10	0,19
Загальна економічна рентабельність	3,21	2,51	1,73	-1,48
Комерційна рентабельність	10,00	7,07	5,92	-4,08

За результатами дослідження було встановлено, що ІП «Ретал Україна» ефективно здійснює фінансово-господарську діяльність, однак у 2021 році відбудуться негативні зміни. Загальна економічна рентабельність у 2019 році склала 3,21%, у 2021 році відбулося певне зниження до рівня 1,73%, тобто на 1,48 пункти. Зробивши аналіз основних показників рентабельності господарської діяльності, можна зробити висновки про загальне зниження рентабельності виробничої діяльності.

2.3. Оцінка системи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Дослідження засвідчили, що основним завданням зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ІП «Ретал Україна» є отримання максимального прибутку шляхом підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій. Основою ефективності системи управління ЗЕД ІП «Ретал Україна» є її надійність, для забезпечення якої слід управляти процесами планування всіх ланок системи в різних умовах функціонування. Для забезпечення надійності системи управління ЗЕД ІП «Ретал Україна» її оцінку слід здійснювати за всіма елементами, що її складають, виділяючи основні показники ефективності та надійності.

Система управління зовнішньоекономічною діяльністю ІП «Ретал Україна» – це сукупність мережі і системи адміністрування, що формується підприємством для реалізації своєї стратегії ЗЕД.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності (ВЗЕД) не є самостійним структурним підрозділом підприємства ІП «Ретал Україна». Він становить частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутрішньофірмового управління. Цей відділ не займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами і т. ін. Він створюється, як правило, для планування, організації і координації ЗЕД [56, с.67].

Головними завданнями ВЗЕД підприємства ІП «Ретал Україна» є наступні [80, с.93]:

1. Участь у розробці стратегії ЗЕД підприємства.
2. Сприяння розвитку ЗЕД з метою прискорення його соціально-економічного розвитку.
3. Управління експортно-імпортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток.
4. Забезпечення виконання зобов'язань, що впливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами.
5. Вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збирання і накопичення відповідної інформації.
6. Організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності.
7. Здійснення рекламної діяльності.
8. Організація протокольних заходів та ін.

У нашому випадку організаційна структура управління ВЗЕД підприємства ІП «Ретал Україна» представлена на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Організаційна структура управління відділу зовнішньоекономічної діяльності підприємства ІП «Ретал Україна»

Кожен із секторів (груп) має конкретні завдання і виконує відповідні функції [17; 20; 28].

Наприклад, комерційний сектор має забезпечувати виконання зобов'язань за міжнародними контрактами й угодами, участь у підготовці та проведенні комерційних переговорів; організацію поставок згідно з контрактом і контроль

за їх виконанням; перегляд рекламаций з експорту та імпорту тощо.

Економічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування і планування ЗЕД підприємства ІП «Ретал Україна»; аналіз ефективності експортно-імпортних операцій; контроль за виконанням плану; валютний контроль і т. ін.

Сектор маркетингу, як провідна служба підприємства ІП «Ретал Україна» вивчає кон'юнктуру світових ринків, бере участь у визначенні цін на експортну продукцію, в розробці та здійсненні рекламних заходів, аналізі конкурентів, можливостей руху товару і т. ін.

Завдання науково-технічного сектору: вивчати діючі на світовому ринку технічні вимоги до товару; аналізувати технічний рівень і якість продукції, її конкурентоспроможність, брати участь у розробці пропозицій щодо оновлення виробництва, випуску нової продукції та ін.

Протокольний сектор готує й організовує протокольні заходи, виконує доручення керівництва ІП «Ретал Україна» щодо зустрічей, прийняття і проводів представників зарубіжних фірм, які прибули на підприємство з візитом.

Проведемо аналіз позиції підприємства в галузі, що включає виділення слабких та сильних сторін, можливостей та загроз, а також рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства ІП «Ретал Україна». Визначаємо сильні та слабкі сторони ІП «Ретал Україна» та виявляємо можливості та потенційні загрози для його зовнішньоекономічної діяльності, використовуючи SWOT-аналіз підприємства (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Матриця SWOT-аналізу для розвитку зовнішньоекономічної
діяльності ІП «Ретал Україна»

Фактори середовища	Сильні сторони:	Слабкі сторони:
	Висока якість продукції Великий досвід роботи на міжнародному ринку виробництва ПЕТ-упаковки Приймає участь у міжнародних проектах, виставках. Зростання числа споживачів імпортованої	Постійна необхідність в великих інвестиціях у розвиток імпортової діяльності. Зменшення частки міжнародному на

Продовження таблиці 2.11

	продукції всередині країни Впровадження новітніх технологій в сфері виробництва імпортованої продукції Власна розгалужена мережа міжнародної логістики імпорту продукції Наявність постійних споживачів імпортованої продукції Встановлені стабільні зв'язки з постійними постачальниками імпортованої продукції Перспективність та динамічність імпортової політики, що її проводить керівництво підприємства Швидке адаптування до потреб споживача імпортованої продукції	ринку ПЕТ-упаковки Коливання розміру прибутку в залежності від міжнародних цін на ПЕТ-товари
Можливості:	SO-стратегія	WO-стратегія
1.Поява нових ділових партнерів в системі імпорту	Стратегія посилення позицій імпортера на ринку Забезпечення високого рівня поінформованості споживачів про імпортовану продукцію компанії. Набір висококваліфікованих співробітників в системі імпортової діяльності.	Вдосконалення збору маркетингової інформації про потенціал розвитку імпортової діяльності
2.Зростання купівельної спроможності щодо імпортованої продукції		
3.Зміна вподобань споживачів імпортованої продукції	Привернення уваги можливих клієнтів до імпортованої продукції	Участь у добродійних та гуманітарних акціях з метою рекламування імпортованої продукції
	Оптимізація системи оплати праці працівників системи ЗЕД на основі ранжування посадової структури підприємства Реалізація програми навчання фахівців в системі імпорту Реклама своєї імпортованої продукції	
	Вдосконалення рекламних кампаній в розвитку імпорту Обрання більш ефективних засобів маркетингових комунікацій з покупцями імпортованої продукції	
	Оновлення та покращення асортименту і якості імпортованої продукції	
Загрози:	ST-стратегія	WT-стратегія
1.Велика кількість конкурентів в системі ЗЕД.	Привернення уваги нових клієнтів шляхом формування оптимального асортименту доступних за ціною для різних сегментів споживачів імпортованих продуктів, привернення уваги нових клієнтів	
2.Недоліки системи оподаткування імпорту продукції	Оптимізація оподаткування імпорту	
3.Ймовірність покращення конкурентними організаціями своїх програм з імпорту.	Вдосконалення структури відділу маркетингу Реалізація програми навчання фахівців ЗЕД Набір кваліфікованого персоналу у системі імпортової діяльності	

Продовження таблиці 2.11

4.Економічна нестабільність в Україні.	Впровадження більш низьких цін, нових акцій, знижок на імпортовану продукцію
5.Висока вартість реклами імпортованої продукції.	Обрання більш ефективних засобів маркетингових комунікацій зі споживачами імпортованої продукції

Для підприємства ІП «Ретал Україна» після проведеного SWOT- аналізу найбільш значущими та ймовірними виявилися можливості розширення частки ринку, розширення асортименту продукції, зниження цін на імпортовану продукцію та вдосконалення маркетингових комунікацій зі споживачами товарів, які постачаються з-за кордону.

Для аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідним є аналіз: динаміки структури чистих доходів ІП «Ретал Україна» у 2019-2021 рр., географічної структури зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» у 2019-2021 рр., динаміки чистих доходів за видовою структурою зовнішньоекономічних операцій, внеску чистого прибутку від ЗЕД ІП «Ретал Україна».

Динаміка чистих доходів ІП «Ретал Україна» у цілому та від ЗЕД зокрема у 2019-2021 рр. наведено в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Динаміка структури чистих доходів ІП «Ретал Україна» у 2019-2021 рр.

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Чистий дохід, тис. грн.	29913	40793	47534	17621	58,91
Чистий дохід від ЗЕД, тис. грн.	26374	33915	41008	14633	55,48
Частка чистого доходу від ЗЕД у чистому доході, %	88,17	83,14	86,27	-1,90	-2,15
Чистий дохід від реалізації на внутрішньому ринку, тис. грн.	3539	6878	6526	2988	84,43
Частка чистого доходу від реалізації на внутрішньому ринку у чистому доході, %	11,83	16,86	13,73	1,90	16,06

Виходячи із табл. 2.12, можна дійти висновку, що чистий дохід від ЗЕД на підприємстві впродовж 2019 – 2021 рр. завжди зростав, у 2021 р. порівняно з

2019 р. на 14633 тис.грн., або на 55,48 %. У 2021 р. загальні обсяги чистого доходу від ЗЕД підприємства становили 41008 тис.грн., а обсяги чистого доходу від реалізації на внутрішньому ринку становили 6526 тис.грн.

Динаміка географічної структури зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» у 2019-2021 рр. наведена в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Динаміка географічної структури зовнішньоекономічних операцій

ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр., тис.грн.

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Чистий дохід від ЗЕД, у т.ч.	26374	33915	41008	14633	55,48
Польща	3534	4070	2871	-664	-18,78
Чехія	2084	2883	3855	1771	85,01
Великобританія	1793	2510	3404	1610	89,78
Німеччина	1503	2137	2912	1408	93,67
Латвія	2374	3256	4347	1973	83,12
Молдова	1688	2374	3199	1511	89,50
Грузія	1398	2001	2707	1309	93,62
Саудівська Аравія	923	1391	1968	1045	113,23
Литва	818	1221	1763	946	115,67
Естонія	686	1085	1558	873	127,24
Казахстан	659	1051	1517	858	130,12
Інші	8941	9937	10867	1926	21,54

Найбільший обсяг зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» здійснювало з контрагентами з Польщі, Латвії та Білорусії. У 2019 р. обсяг операцій з резидентами Польщі склав 3534 тис. грн., з 2020 року почався спад, у 2021 р. - зниження до 2871 тис. грн. Найбільш швидко зростали обсяги операції у 2020 р. У 2019 р. обсяг операцій з резидентами Латвії склав 2374 тис. грн., у 2021 році - 4347 тис. грн.

Географічна структура зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» наведена в табл. 2.14.

Найбільшу частку чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності підприємства у 2019-2021 рр. сформовано за рахунок операцій з Польщею та Латвією. На їхню частку припадало відповідно 13,4 % та 9,0 % у 2019 р, 12,0 % та 9,6 % у 2020 р., 7,0 % та 10,6 % у 2021 р.

Таблиця 2.14

Географічна структура зовнішньоекономічних операцій
ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр., %

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Польща	13,4	12,0	7,0	-6,4
Чехія	7,9	8,5	9,4	1,5
Великобританія	6,8	7,4	8,3	1,5
Німеччина	5,7	6,3	7,1	1,4
Латвія	9,0	9,6	10,6	1,6
Молдова	6,4	7,0	7,8	1,4
Грузія	5,3	5,9	6,6	1,3
Саудівська Аравія	3,5	4,1	4,8	1,3
Литва	3,1	3,6	4,3	1,2
Естонія	2,6	3,2	3,8	1,2
Казахстан	2,5	3,1	3,7	1,2
Інші	33,9	29,3	26,5	-7,4
Всього	100,0	100,0	100,0	x

Найбільше скорочення частки чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності ІП «Ретал Україна» у 2021 р. спостерігалось з контрагентами з Польщі, а саме на 6,4 пункти структури.

Динаміка чистих доходів за видовою структурою зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр. наведена в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Динаміка чистих доходів за видовою структурою зовнішньоекономічних
операцій ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр.

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Преформи	4879	6376	7751	2871	58,85
Полімерні ковпачки	6383	7834	9924	3541	55,49
Контейнери	5064	5833	7217	2154	42,53
Плівки для харчових продуктів	4510	6580	7997	3487	77,31
Термоусадочні плівки	5539	7292	8120	2581	46,60
Чистий дохід від ЗЕД	26374	33915	41008	14634	55,49

На основі даних табл. 2.15, можна дійти висновку, що найбільший обсяг чистого доходу від ЗЕД ІП «Ретал Україна» отримано від реалізації полімерних ковпачків - 6383 тис. грн. у 2019 р. та 9924 тис. грн. у 2021 р., а найменший від

контейнерів - 5064 тис. грн. у 2019 р. та 7217 тис. грн. у 2021 р.

Структура отриманого чистого доходу від зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» за видами реалізованої продукції у 2019–2021 рр. наведена у табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Товарна структура реалізації продукції при здійсненні зовнішньоекономічних операцій ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр.

Показник	Роки			2021 р. до 2019 р.
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Преформи	18,5	18,8	18,9	0,4
Полімерні ковпачки	24,2	23,1	24,2	0,0
Контейнери	19,2	17,2	17,6	-1,6
Плівки для харчових продуктів	17,1	19,4	19,5	2,4
Термоусадочні плівки	21,0	21,5	19,8	-1,2
Всього	100,0	100,0	100,0	x

Найбільша частка чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності підприємства у 2019 р. спостерігається від реалізації полімерних ковпачків – 24,2 %, у 2020 р. – 23,1 %, у 2021 р. – 24,2 %. Найменша частка чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності підприємства у 2021 р. отримана від реалізації контейнерів – 17,6 %.

Оцінка внеску чистого прибутку від ЗЕД до чистого прибутку підприємства ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр. наведена в табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Динаміка ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності

ІП «Ретал Україна» у 2019–2021 рр.

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Чистий дохід від ЗЕД, тис. грн.	26374	33915	41008	14634	55,49
Повні витрати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, тис. грн.	22736	28742	33891	11155	49,06
Ефект, тис. грн.	3638	5173	7117	3479	95,64
Ефективність, разів	1,16	1,18	1,21	0,05	4,31

Отже, ефект від здійснення зовнішньоекономічної діяльності зріс на протязі 2019–2021 рр. на 3479 тис. грн. та ефективність зросла на 95,64 %, що

свідчить про покращення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ІП «Ретал Україна».

Проаналізуємо ефективність здійснення зовнішньоекономічних операцій в розрізі експорту та імпорту продукції підприємства ІП «Ретал Україна» за допомогою даних табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Динаміка показників ефективності експортної та імпортної діяльності підприємства ІП «Ретал Україна» за 2019-2021 рр.

Показники	Роки			2021 р. до 2019 р.	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	+, –	%
Чистий дохід від ЗЕД, тис. грн.	26374	33915	41008	14634	55,49
Експорт продукції, тис. грн.	17175	25077	29727	12552	73,08
Питома вага експорту продукції в сумі доходу (виручки) від реалізації продукції, %	65,12	73,94	72,49	7,37	11,32
Імпорт продукції, тис. грн.	9199	8838	11281	2082	22,63
Питома вага імпорту продукції в сумі доходу (виручки) від реалізації продукції, %	34,88	26,06	27,51	-7,37	-21,13
Повні витрати при здійсненні ЗЕД, тис. грн.	22736	28742	33891	11155	49,06
Повні витрати при експорті продукції, тис. грн.	14130	20918	24107	9976	70,60
Питома вага експорту в структурі собівартості реалізованої продукції, %	62,15	72,78	71,13	8,98	14,45
Повні витрати при імпорті продукції, тис. грн.	8606	7824	9784	1179	13,70
Питома вага імпорту в структурі собівартості реалізованої продукції, %	37,85	27,22	28,87	-8,98	-23,73
Ефект експортної діяльності, тис. грн.	3044	4158	5620	2576	84,61
Ефект імпортної діяльності, тис. грн.	594	1015	1497	903	152,15
Ефективність експортної діяльності, %	17,73	16,58	18,91	1,18	x
Ефективність імпортної діяльності, %	6,45	11,48	13,27	6,82	x

Аналізуючи дані табл. 2.18, перш за все слід зазначити, що на підприємстві ІП «Ретал Україна» на протязі останніх трьох років спостерігається активне зовнішньоторговельне сальдо, тобто експорт продукції перевищує імпорт продукції. Проаналізуємо, як цей факт відбивається на ефективності діяльності

всього підприємства, оскільки питома вага експорту продукції в сумі доходу (виручки) від реалізації послуг становить в середньому за три роки 71,6%. Більше того, вона збільшується, хоча і повільними темпами. Це свідчить про тенденцію збільшення обсягів продажу продукції за кордон в порівнянні з обсягами продажу аналогічної продукції в Україні, що в свою чергу сигналізує про більшу привабливість закордонних ринків і намагання підприємства залучити більше валютних ресурсів.

Ефект експорту продукції за кордон протягом досліджуваного періоду зростає та становить на кінець 2021 року 5620 тис.грн, що на 84,61 % більше за показник 2019 року. Ефект імпорту продукції в Україну також протягом досліджуваного періоду зростає. Так, в 2019 році він становив 594 тис.грн., а в 2021 році він збільшився 152,15 % і становив 1497 тис.грн.

Ефективність експорту продукції за кордон протягом досліджуваного періоду зростає та становить на кінець 2021 року 18,91 %, що на 1,18 пунктів більше за показник 2019 року. Ефективність імпорту продукції в Україну також протягом досліджуваного періоду зростає. Так, в 2019 році вона становила 6,45 %, а в 2021 році вона зросла на 6,82 пункти і становила 13,27 %.

Таким чином, підсумовуючи вищенаведене, можна сказати, що діяльність ІП «Ретал Україна» у сфері виробництва ПЕТ-упаковки здійснюється досить ефективно на підприємстві, тобто вона дозволяє збільшити прибуток, що є головною метою функціонування будь-якого підприємства. Найбільш значущими та ймовірними виявилися можливості розширення частки ринку, розширення асортименту продукції, зниження цін на імпортовану продукцію та вдосконалення маркетингових комунікацій зі споживачами товарів, які постачаються з-за кордону. Необхідно також зазначити, що за допомогою раціональної зовнішньоторговельної політики підприємство може покращати свою ЗЕД, тобто дане підприємство здатне досягти ще вищого рівня реалізації продукції, і за умов здійснення ефективного господарювання отримати максимальний прибуток на зовнішніх ринках.

2.4. Напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Основним стратегічним напрямком зовнішньоекономічної діяльності ІП «Ретал Україна» слід вважати імпорт, оскільки всю власну продукцію компанія виробляє з імпоротної сировини. Це пояснюється нинішньою відсутністю будь-яких виробничих потужностей з виробництва поліпропілену в Україні у зв'язку з продажем та зупиненням заводу єдиного виробника - ПАТ «Лінник» у Лисичанську Луганської області. Після втрати вітчизняного постачальника сировини імпорту діяльність успішно розширили на ринок провідної країни-експортера поліпропілену - Саудівської Аравії, а через географічну близькість розташування - до Росії. Через низку причин, пов'язаних з Війною між Україною та Росією, політичну та економічну ситуацію між державами, співпрацю з Російською Федерацією було припинено у 2014 році, а також збільшено постачання сировини з Саудівської Аравії. Постачальником сировини з Королівства Саудівська Аравія є компанія Natpet [66].

Можемо визначити ключові проблеми стратегічного розвитку імпоротної діяльності компанією «ІП» Ретал Україна» (рис. 2.3).

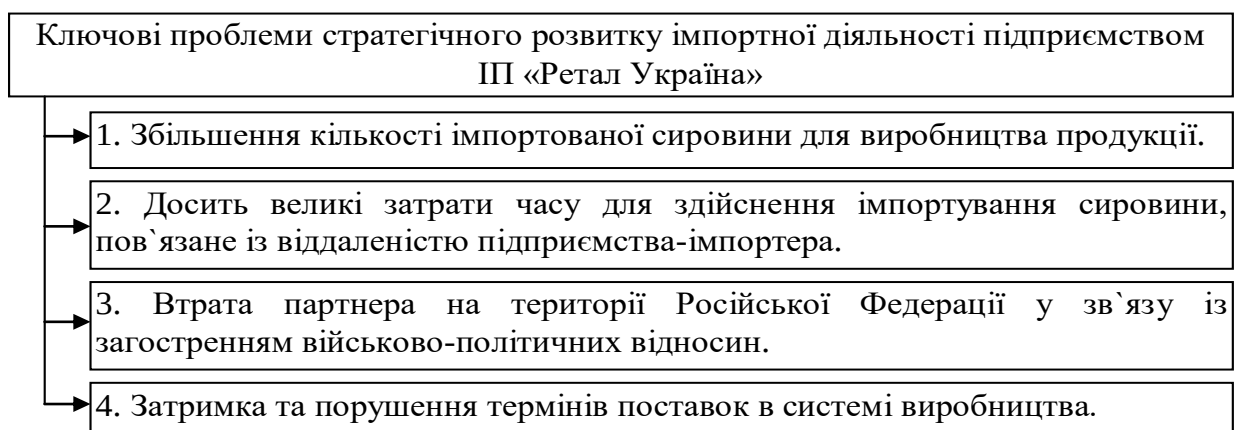


Рис. 2.3. Ключові проблеми стратегічного розвитку імпоротної діяльності підприємством ІП «Ретал Україна»

Щоб визначити перспективи стратегічного розвитку імпоротної діяльності, необхідно порівняти витрати на закупівлю імпоротної та вітчизняної, подібної до імпоротної сировини за . Оскільки в Україні немає вітчизняного виробника, тому за вартість придбання вітчизняної сировини ми приймаємо вартість сировини дистриб'ютора (табл. 2.19).

Таблиця 2.19

Основні економічні показники діяльності з імпорту
поліпропіленової сировини підприємства ІП «Ретал Україна»

Показник	2017	2018	2019	2020	2021	Ланцюгові темпи зростання, %			
	тис. грн.					2018	2019	2020	2021
Обсяг закупівлі поліпропілену, тис.т	72,1	83,3	85,3	88,5	89,6	15,5	2,4	3,8	1,2
Затрати на придбання 1т вітчизняної сировини, тис.грн	39,2	45,1	49,1	50,8	54,6	15,1	8,9	3,5	7,5
Затрати на придбання вітчизняної сировини, аналогічної імпортній, млн.грн	2,8	3,8	4,1	4,5	4,9	35,7	7,9	9,8	8,9
Затрати на придбання 1т імпоротної сировини, тис.грн	38,8	39,5	45,7	46,3	47,9	1,8	15,7	1,3	3,5
Загальні витрати на імпорт, млн.грн	2,7	3,3	3,9	4,1	4,3	22,2	18,2	5,1	4,9

Як видно з табл. 2.19 обсяги закупівель сировини з кожним роком зростають, що пов'язано зі збільшенням виробництва продукції «ІП» Ретал Україна». Зростають також витрати на закупівлю сировини, це пов'язано зі зростанням собівартості виготовленої продукції, а відповідно, зменшенням прибутку підприємства. Якщо порівняти темпи зростання витрат на закупівлю імпоротної та вітчизняної продукції, можна зробити висновок, що ці витрати зростають набагато швидше на закупівлю вітчизняної продукції: 9,1% у 2020-2021 роках на вітчизняну сировину порівняно з 5,1% на імпортну.

Для визначення ефективності імпортних операцій «ІП» Ретал Україна» з постачання поліпропіленової сировини ми визначаємо такі показники: ефективність імпорту, економічний ефект від імпоротної діяльності та рентабельність імпорту сировини. Введемо розрахункові дані до узагальненої таблиці показників ефективності імпорту поліпропіленової сировини ІП «Ретал Україна» (табл. 2.20).

Показники ефективності імпорту поліпропіленової сировини

ІП «Ретал Україна» у 2017-2021 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021	Ланцюгові темпи зростання, %			
	тис. грн.					2018	2019	2020	2021
Ефективність імпорту	1,01	1,13	1,05	1,09	1,14	11,9	-7,1	3,8	4,6
Ефект від здійснення імпортової діяльності, млн. грн	0,1	0,46	0,20	0,40	0,60	360,0	-56,5	100,0	50,0
Рентабельність імпорту продукції, %	3,7	13,0	6,0	10,0	12,0	251,4	-53,8	66,7	20,0

Згідно з наведеними вище розрахунками, імпорт ефективний (показник «Ефективність імпорту» приймає значення більше одиниці). Щороку ефективність імпорту поліпропіленової сировини зростає в середньому на 3-5%.

Водночас існує тенденція до збільшення собівартості продукції. Це в свою чергу вимагає пошуку нових країн-імпортерів та альтернативних постачальників. ІП «Ретал Україна» потребує змін, щоб отримати більш позитивну тенденцію в імпортній діяльності. За таких умов найбільш перспективною стратегією розвитку імпортової діяльності слід вважати стратегію диверсифікації іноземних постачальників поліпропіленової сировини ІП «Ретал Україна».

Провівши стратегічний аналіз підприємства, можна зробити висновок, що імпорт є одним з основних напрямів зовнішньоекономічної діяльності ІП «Ретал Україна». Імпорт сировини є постійним і найважливішим із усіх сфер імпортової діяльності підприємства. Єдиним постачальником сировини є компанія з Королівства Саудівська Аравія – «Natpet» [66]. Згідно з правилами Інкотермс-2010, транспортування продукції здійснюється на умовах DAT. На імпортера покладаються такі витрати: сплата митних зборів та інших платежів при імпорті; завантаження вантажу та його транспортування з терміналу; оплата послуг тимчасового зберігання під час митного оформлення імпорту або якщо товар не був прийнятий вчасно на складі; огляд товару перед відвантаженням. Усі витрати, які несе постачальник, включаються до первісної

вартості сировини.

Доставка партій поліпропіленової сировини здійснюється комбінованим маршрутом: Саудівська Аравія - Україна до порту в місті Одеса - морським і сухопутним транспортом Одеса -Київ (склад). Перевезення здійснюється на підставі договору. Доставка до порту є відповідальністю продавця, тобто компанії «Natpet», всі витрати на цю частину доставки включаються до вартості сировини. Доставка з порту на склад організовується компанією ІП «Ретал Україна» і здійснюється за допомогою найнятого автотранспорту.

При виборі шляхів підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства слід звернути увагу на складові, які формують собівартість продукції. Значний вплив на її формування мають витрати на сировину та транспортні витрати, понесені компанією за її поставку, або які раніше включалися до собівартості сировини [80, с.97].

Оскільки компанія активно імпортує сировину із закордонних ринків, вибір постачальника є дуже важливим завданням. Щоб мінімізувати витрати на логістику імпортованих операцій, вигідно почати пошук альтернативи сучасному імпортеру «Natpet». Це дозволить компанії економити та співпрацювати з постачальниками на більш вигідних умовах. Доцільно розглядати нові ринки як альтернативу сучасному постачальнику з Саудівської Аравії.

Щоб знайти нового постачальника, необхідно мати актуальну інформацію про стан ринку поліпропіленової сировини, дізнатися про всіх можливих імпортерів та умови співпраці з ними, оцінити якість пропонованої продукції. Необхідно обробити якомога більше інформації про якість продукції, що поставляється компанією. Важливим є також показник надійності та наскільки ефективно підприємство здійснює свою діяльність. При аналізі потенційних постачальників необхідно оцінювати їх за такими показниками [44, с.20]:

- ціна товару;
- якість продукції;
- надійність поставок (дотримання постачальником зобов'язань щодо умов поставки, асортименту, комплектності, якості, кількості товару);

- відстань між постачальником і споживачем;
- терміни виконання поточних та екстрених замовлень;
- наявність резервних потужностей у постачальника;
- організація управління якістю у постачальника;
- фінансовий стан, кредитоспроможність постачальника.

Серед виробників поліпропіленової сировини на світовому ринку слід виділити наступних потенційних постачальників: Socar Polymer (Азербайджан) [67], Oriental Petrochemicals Company (Єгипет) [64], SABIC (Саудівська Аравія) [65] та порівняти їх з існуючим постачальником Natpet (Саудівська Аравія) [66] та вартість сировини від вітчизняних дистриб'юторів. Порівнюємо ціни на поліпропіленову сировину цих підприємств (табл. 2.21).

Таблиця 2.21

Порівняння ціни сировини потенційних та наявного постачальників

ІП «Ретал Україна»

Компанія	Natpet	Socar Polymer	Oriental Petrochemicals Company	SABIC
Ціна за 1т сировини, тис. грн	39,5	37,1	29,6	41,2

З таблиці видно, що найдешевшу ціну пропонує єгипетська компанія Oriental Petrochemicals Company - 29,6 тис. грн / т, а найдорожчу пропозицію маємо від компанії «SABIC» - 41,2 тис. грн / т. Ця різниця в ціні пропозиції обумовлена відмінностями в якісних характеристиках сировини, різними витратами на виробництво та реалізацію.

Якість поставленої сировини дуже важлива для підприємства ІП «Ретал Україна», що пояснюється наступним:

- високоякісна сировина дозволяє зменшити відходи виробництва та збільшити обсяги виробництва;
- ринок України та зовнішні ринки насичені дешевою готовою продукцією з Китаю, що значно поступається готовій продукції з якісної сировини;
- один з основних принципів компанії - виробництво якісної продукції.

Доцільно проаналізувати властивості сировини, що поставляється різними підприємствами (табл. 2.22).

Таблиця 2.22

Порівняльна характеристика фізичних властивостей поліпропіленової сировини іноземних підприємств-постачальників ІП «Ретал Україна»

№	Властивості сировини	Підприємства-виробники поліпропілену			
		Natpet	Socar Polymer	Oriental Petrochemicals Company	SABIC
1	Щільність гранул г/см ³	0,90	0,91	0,89	0,90
2	Температура плавлення, °С	175	175	168	173
3	Розмір гранул у будь-якому напрямку, мм	0,50	0,50	0,45	0,50
4	Масова частка летких речовин, %	0,38	0,32	0,41	0,35
5	Масова частка вологи, %	0,33	0,29	0,35	0,33

На основі проаналізованих даних можна зробити висновок, що якість поліпропіленової сировини всіх підприємств знаходиться в межах норми і відповідає вимогам, але сировина з Єгипту є найнижчою якістю і поступається за своїми характеристиками сировині інших виробників.

Розрахуємо рейтинги постачальників для порівняння та вибору найкращого імпортера сировини ІП «Ретал Україна» (табл. 2.23).

Таблиця 2.23

Розрахунок рейтингу іноземного постачальника ІП «Ретал Україна»

№ п/п	Критерій вибору постачальника	Питома вага критерію	Оцінка значення критерію за 10-ти бальною шкалою			
			Natpet	Socar Polymer	Oriental Petrochemicals Company	SABIC
1	Надійність постачання	0,25	8	8	6	8
2	Ціна сировини	0,20	6	8	9	4
3	Якість продукції	0,15	10	10	7	9
4	Транспортне сполучення та близькість розташування	0,15	5	8	6	4

Продовження таблиці 2.23

5	Час поставки	0,10	6	8	7	6
6	Умови оплати	0,05	9	9	7	9
7	Можливість позапланових поставок	0,05	10	8	7	9
8	Фінансовий стан постачальника	0,05	10	7	6	9
	Всього	1,00	7,35	8,30	6,80	6,80

Таким чином, згідно з наведеними вище розрахунками, ми бачимо, що найкращим потенційним імпортером є компанія «Socar Polymer», розташована в Азербайджані [1]. Перевагами компанії є нижча ціна на сировину, ніж у конкурентів на сировину належної якості, вигідне транспортне сполучення, територіальна близькість до України.

Проаналізуємо ринок Азербайджану та роботу компанії «Socar Polymer», як можливого стратегічного партнера з імпортою діяльності ІП «Ретал Україна».

Україна та Азербайджан є стратегічними партнерами, які прагнуть та можуть розвивати відносини у багатьох сферах. Політичний та дипломатичний діалоги країн знаходяться на високому рівні, є серйозний потенціал в економічних відносинах. Важливо, що існує угода про створення зони вільної торгівлі між державами-членами ГУАМ (Грузія, Україна, Азербайджан, Молдова), створена 28 листопада 2002 р. Ця угода передбачає розвиток взаємовигідної торгівлі та економіки співробітництва на засадах рівності та взаємної вигоди, створення умов для вільного переміщення товарів та послуг. Це, у свою чергу, означає, що договірні сторони не застосовують митні збори, податки та збори при експорті товарів, що походять з митної території однієї країни та призначені для ввезення на митну територію іншої країни [1].

Територіальна близькість Азербайджану знизить вартість доставки товарів, що в свою чергу впливає на вартість сировини. Альтернативою існуючому постачальнику в Королівстві Саудівська Аравія «Natpet» може бути азербайджанське виробництво поліпропілену «Socar Polymer» у Сумгаїті [67].

Загальна відстань від заводу в Сумгаїті до заводу в Києві становить 3223

км, що на 1342 км ближче, ніж заводу в Саудівській Аравії. Планується здійснювати доставку автомобільним та морським транспортом.

Ще один фактор вибору - ціна товару. Оскільки завод в Азербайджані є новим і шукає лише постійних клієнтів, тому цінова політика виробника досить лояльна.

Компанія працює на аналогічних умовах поставки - DAT, тобто всі витрати на доставку сировини до порту в Одесі несе імпортер.

Компанія ІП «Ретал Україна» здійснює доставку з порту Одеси до місця розташування заводу в Києві за допомогою найнятого автомобільного транспорту компаній «Мак-Транс» на автомобілі вантажопідйомністю 15 тонн.

Визначимо оптимальний обсяг імпорту сировини ІП «Ретал Україна». Знайдемо економічний розмір замовлення за таких умов: за даними бухгалтерського обліку вартість одного замовлення «первинна сировина з полімеру пропілену» становить 6000 грн., потреба для сировини - 90,3 т, ціна однієї тонни 39500 грн, вартість зберігання сировини на складі дорівнює 20% її ціни.

Визначивши оптимальний розмір замовлення на сировину, отримали результат 12,9 тонн. Кількість поставок сировини протягом року - 7. ІП «Ретал Україна» збільшує обсяги закупівель сировини у зв'язку зі збільшенням виробництва поліпропіленової продукції.

Оцінимо тенденції щодо імпортової діяльності підприємства ІП «Ретал Україна»:

- заплановані обсяги виробництва коригуються щорічно на основі обсягів реалізації продукції за попередній період;
- спостерігається постійне збільшення обсягів закупівель протягом 2019-2021 років;

Це свідчить про те, що ІП «Ретал Україна» має збільшити кількість імпорту та знизити собівартість продукції шляхом пошуку альтернативних джерел постачання, виробництва шляхом придбання систем з програмним забезпеченням. Тому з метою подальшого підвищення ефективності імпортової

діяльності пропонується змінити постачальника, що виправдано скороченням витрат на закупівлю та більш сприятливими умовами співпраці з іноземними партнерами.

З метою подальших розрахунків слід порівняти ціни існуючого та потенційного постачальників сировини підприємства ІП «Ретал Україна». Сировина різних виробників практично не відрізняється за характеристиками та зовнішнім виглядом (табл. 2.24).

Таблиця 2.24

Порівняльна характеристика ціни на сировину наявного та потенційного іноземних постачальників ІП «Ретал Україна»

№	Назва показника	Виробники	
		Natpet	Socar Polymer
1	Країна	Саудівська Аравія	Азербайджан
2	Джерело інформації про ціну	Ціна пропозиції	Ціна пропозиції
3	Конкурентна ціна сировини за 1т, дол. США	1501,9	1410,6
4	Дата фіксації ціни	05.12.2021	05.12.2021
5	Валюта контракту	Долар США	Долар США
6	Курс національної валюти на дату фіксації ціни (на дату отримання оферти)	26,3	26,3
7	Конкурентна ціна сировини за 1т в національній валюті, грн	39500	37083

Джерело: складено автором

Першу партію сировини за встановленим економічним розміром замовлення потрібно виконати у обсязі 12,9 т. Для визначення прогнозованої зміни ефективності імпортової діяльності при зміні постачальника потрібно здійснити розрахунок вартості імпортованої сировини й провести порівняння із вартістю існуючого постачальника. З цією метою здійснимо відповідні розрахунки (табл. 2.25).

Таблиця 2.25

Розрахунок вартості імпортованої продукції ІП «Ретал Україна»

Параметри	Розрахунок	
	Natpet	Socar Polymer
1. Вартість на умовах EXW:	Вод = 39500	Вод = 37083
- тонни сировини, грн.	Воб = 39500 * 12,9 = 509550	Воб = 37083 * 12,9 = 478370
- обсягу ЗЕО, грн.		

Продовження таблиці 2.25

2. Витрати на транспортування, розвантажувально-навантажувальні роботи та страхування до митного кордону України, грн.	Витрати несе продавець (за умовами DAT)	Витрати несе продавець (за умовами DAT)
3. Митна вартість: - тонни сировини, грн. - обсягу ЗЕО, грн.	$M_{Вод} = 39500$ $M_{Воб} = 509550$	$M_{Вод} = 37083$ $M_{Воб} = 478370$
4. Митні збори, грн. - тонни сировини, грн. - обсягу ЗЕО, грн.	$M_{Зод} = 39500 * 0,002 = 79$ $M_{Зоб} = 79 * 12,9 = 1019,1$	$M_{Зод} = 37083 * 0,002 = 74,2$ $M_{Зоб} = 74,2 * 12,9 = 956,7$
5. Мито: - на тонну сировини, грн. - на обсяг ЗЕО, грн.	—	—
6. Акцизний збір: - на тонну сировини, грн. - на обсяг ЗЕО, грн.	—	—
7. ПДВ: - на тонну сировини, грн. - на обсяг ЗЕО, грн.	$ПДВ_{од} = (39500 + 79) * 0,2 = 7915,8$ $ПДВ_{об} = (509550 + 1019,1) * 0,2 = 102113,8$	$ПДВ_{од} = (37083 + 74,2) * 0,2 = 7431,4$ $ПДВ_{об} = (478370 + 956,7) * 0,2 = 95865,3$
8. Ціна відповідно до умови поставки: - тонни сировини, грн. - обсягу ЗЕО, грн.	$Ціна_{од} = 39500 + 79 + 7915,8 = 47494,8$ $Ціна_{об} = 47494,8 * 12,9 = 612682,9$	$Ціна_{од} = 37083 + 74,2 + 7431,4 = 44588,6$ $Ціна_{об} = 44588,6 * 12,9 = 575192,9$

Як бачимо з наведених вище розрахунків, імпортуючи сировину з азербайджанського заводу «Socar Polymer», компанія ІП «Ретал Україна» зможе знизити витрати на закупівлю партії поліпропілену в обсязі 12,9 тонн. на 37,5 тис. грн. Оскільки за рік здійснюється 7 поставок сировини, загальна економія складе 262,5 тис. грн. Ціна за доставку партії в кількості 12,9 тонни становитиме 612,7 тис. грн та 575,2 тис. грн. виробників поліпропілену «Natpet» та «Socar Polymer» відповідно.

Наступним кроком є розрахунок вартості доставки сировини з порту в Одесі на склад у Києві. Відстань між містами - 507 км. Розрахуємо вартість доставки наступним чином. Для транспортування необхідно скористатися послугами автомобіля місткістю до 15 тонн. Вартість послуг, що надаються компанією «Мак-Транс» для цього типу автомобілів, становить 17 грн / км. Ця ціна є середньою у порівнянні з іншими транспортними компаніями, але якість

та швидкість транспортування кращі за конкурентів. Тому поставка поліпропіленової сировини в кількості 12,9 тонни коштуватиме ІП «Ретал Україна» приблизно 8620 грн. Час розвантаження - 120 хвилин. Ставка працівника на розвантажувальному майданчику - 90 грн / год. Для розвантаження потрібні 2 робітники. Тому вартість розвантаження складе 360 грн.

Підсумовуємо загальні витрати на частину доставки сировини, за яку відповідає ІП «Ретал Україна» (табл. 2.26).

Таблиця 2.26

Розрахунок витрат, пов'язаних з постачанням товару ІП «Ретал Україна»

Найменування показника	Розрахунок витрат
Транспортні витрати	17грн/км*507 км = 8620грн
Витрати на розвантажувальні роботи	90 грн/год* 2 год.* 2чол. = 360грн
Всього витрат	8980грн

Таким чином, порівнюючи дані виробників поліпропіленової сировини, можна зробити висновок, що, змінивши постачальника, компанія ІП «Ретал Україна» отримає більш сприятливі умови для співпраці, значно знизить вартість закупівлі продукції. Таким чином, виробник поліпропіленової тари та упаковки зможе знизити собівартість власної продукції та збільшити виробничі потужності, поступово збільшуючи продажі. З цього можна зробити висновок, що зміни у сфері закупівельної логістики ІП «Ретал Україна» підвищать ефективність імпоротної діяльності.

З наведеного вище аналізу галузі та підприємства в цілому можна зробити висновок, що виробництво поліпропіленової тари та упаковки щорічно зростає в середньому на 6-8%. Експерти ІП «Ретал Україна» прогнозують значне збільшення обсягів виробництва в наступному році через можливе розширення експортної діяльності.

Проведемо прогнозний аналіз ефективності імпоротної діяльності ІП «Ретал Україна», якщо внести зміни до логістики закупівель та укласти наступний договір на поставку сировини в обсязі 12,9 тонн з підприємством «Socar Polymer». Також, розраховуємо прогнозну ефективність імпоротної діяльності на

рік, враховуючи, що вартість закупівлі 1 тонни вітчизняної сировини складе 54,6 тис. грн., аналогічно попередньому періоду, та вартість закупівлі 1 тонни. імпортої сировини «Socar Polymer» складе 45,3 тис. грн., згідно з наведеними вище даними. Обсяг поставок на прогнозний рік становить 90,3 тис. тонн.

Необхідно порівняти вартість закупівлі імпортої та вітчизняної, подібної до імпортої сировини. Прогнозуємо ці витрати на рік, враховуючи, що буде здійснено 7 поставок сировини (табл. 2.27).

Таблиця 2.27

Основні економічні показники для визначення прогнозої ефективності імпортої діяльності підприємства ІП «Ретал Україна»

Показник	Партія сировини	Прогноз на 2022 рік
Обсяг закупівлі однієї партії поліпропілену, т	12,9	90,3
Затрати на придбання 1т вітчизняної сировини, тис.грн	54,6	54,6
Затрати на придбання вітчизняної сировини, аналогічної імпортої, млн.грн	0,7	4,9
Затрати на придбання 1т імпортої сировини, тис.грн	45,3	45,3
Затрати на придбання імпортої сировини, млн.грн	0,57	3,99

З табл. 2.27 можна зробити висновок, що витрати на закупівлю імпортої сировини з Азербайджану будуть нижчими, ніж закупівля сировини в Україні у дистриб'юторів.

Для визначення зміни ефективності імпортої операцій ІП «Ретал Україна» визначимо показники: прогнозу ефективність імпорту, економічний ефект від імпортої діяльності та можливу рентабельність імпорту сировини.

Ефективність імпорту сировини буде визначатися, використовуючи прогнозний коефіцієнт імпорту:

$$Kei = \frac{4,9 \text{ млн. грн.}}{3,99 \text{ млн. грн.}} = 1,23$$

Прогнозний ефект імпорту E_{ip} визначається так:

$$E_i = 4,9 \text{ млн. грн} - 3,99 \text{ млн. грн} = 0,91 \text{ млн. грн.}$$

Прогнозована рентабельність імпорту P_i визначається так:

$$Pi = \frac{0,91 \text{ млн. грн.}}{3,99 \text{ млн. грн.}} \times 100\% = 22,8\%$$

Внесемо розраховані дані у зведену таблицю показників ефективності імпорту компанії ІП «Ретал Україна» та порівняємо ефективність імпорту сировини при проведенні таких операцій з Natpet у Саудівській Аравії та «Socar Polymer» в Азербайджані (табл. 2.28).

Таблиця 2.28

Порівняння показників ефективності імпорту ІП «Ретал Україна»
у 2021 та прогнозованому 2022 році

Показник	«Polymer Invest», 2017р	«Polymer Invest», 2018р	«Natpet», 2019р	«Natpet», 2020	«Natpet», 2021р.	«Socar Polymer», прогнозний 2022 рік	±Δ 2022/2021
Ефект від здійснення імпортової діяльності, млн. грн.	0,1	0,46	0,2	0,4	0,6	0,91	+0,31
Ефективність імпорту	1	1,13	1,05	1,09	1,14	1,23	+0,09
Рентабельність імпорту сировини, %	3,7	13	6	10	12	22,8	+10,8

Аналіз табл. 2.28. показав, що запропоновані в цій роботі заходи можуть підвищити ефективність імпортової діяльності підприємства. Коефіцієнт ефективності імпорту ІП «Ретал Україна» після зміни постачальника сировини може збільшитися майже на 0,1. Таким чином, ефект становитиме 900 тис. грн., що становить 310 тис. грн. більше, ніж при імпорті сировини з Саудівської Аравії. Рентабельність імпорту сировини за прогнозний рік може зрости на 10,8% до 22,8%. Таким чином, за рахунок розширення імпортової діяльності ІП «Ретал Україна» забезпечить зростання показників, що свідчить про значну ефективність у реалізації обраної стратегії зовнішньоекономічної діяльності в цілому.

Висновки до розділу 2

За результатами проведеної аналітичної оцінки стану та напрямів удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що іноземне підприємство «Ретал Україна» вже більше 20 років пропонує кращі рішення для клієнтів в області ПЕТ-упаковки. Метою діяльності ІП «Ретал Україна» є: отримання прибутку, заповнення внутрішнього ринку товарами народного споживання, освоєння сучасних промислових технологій, «ноу-хау», управлінського і комерційного досвіду, укріплення експортної бази України.

2. Аналіз показав, що підприємство працює прибутково. У 2021 році чистий дохід зріс на 17621,0 тис. грн. або на 58,91% порівняно з 2019 роком, що склало 47534,0 тис. грн. Чистий прибуток компанії значний. Якщо у 2019 році він становив 2020,0 тис. грн., то у 2021 році значення цього показника становило 1876,0 тис. грн. або 92,92% до рівня 2019 р. Зазначимо, що підприємство є прибутковим, але в 2021 році спостерігалася тенденція до зниження рівня рентабельності господарської діяльності ІП «Ретал Україна» на 7,56 пункта порівняно з 2019 роком.

3. Встановлено, що основним завданням зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ІП «Ретал Україна» є отримання максимального прибутку шляхом підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій. Основою ефективності системи управління ЗЕД ІП «Ретал Україна» є її надійність, для забезпечення якої слід управляти процесами планування всіх ланок системи в різних умовах функціонування.

4. Узагальнено, що для підприємства ІП «Ретал Україна» після проведеного SWOT- аналізу найбільш значущими та ймовірними виявилися можливості розширення частки ринку, розширення асортименту продукції, зниження цін на імпортовану продукцію та вдосконалення маркетингових комунікацій зі споживачами товарів, які постачаються з-за кордону.

5. Аналіз показав, що на підприємстві ІП «Ретал Україна» на протязі останніх трьох років спостерігається активне зовнішньоторговельне сальдо, тобто експорт продукції перевищує імпорту продукції. Питома вага експорту продукції в сумі доходу (виручки) від реалізації послуг становить в середньому за три роки 71,6%. Більше того, вона збільшується, хоча і повільними темпами. Це свідчить про тенденцію збільшення обсягів продажу продукції за кордон в порівнянні з обсягами продажу аналогічної продукції в Україні, що в свою чергу сигналізує про більшу привабливість закордонних ринків і намагання підприємства залучити більше валютних ресурсів.

6. Обґрунтовано, що імпортна стратегія підприємства ІП «Ретал Україна» полягає в наступному: здійснення імпорту продукції з виробничих підрозділів компанії, розташованих в Польщі та Чехії, виготовлення якої є нерациональним в Україні. Стратегічними цілями розвитку імпортої діяльності підприємства є наступні: збалансування продуктового асортименту підприємства за рахунок включення позицій, що забезпечуються імпортованою продукцією; задоволення попиту окремих ринкових ніш продукцією, яка імпортується; забезпечення прибутковості імпортої діяльності підприємства.

7. Було проведено аналіз 3 потенційних постачальників сировини поліпропілену: «Oriental Petrochemicals Company» (Єгипет), «Socar Polymer» (Азербайджан) та «SABIC» (Саудівська Аравія) та наявного постачальника «Natpet» (Саудівська Аравія). За отриманими результатами порівняння виробників за різними критеріями, новим потенційним постачальником поліпропілену для ІП «Ретал Україна» було обрано завод в Азербайджані. Перевагами підприємства «Socar Polymer» є територіальна близькість розташування, якість та ціна сировини, умови поставок. Територіальна близькість заводу «Socar Polymer» дозволить зменшити витрати на купівлю сировини, що в свою чергу вплине на собівартість продукції ІП «Ретал Україна».

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження організації та шляхів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що зовнішньоекономічна діяльність підприємств це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою й науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють всі економічні операції, які здійснюються між господарськими суб'єктами країни та їх іноземними партнерами (зокрема експорт та імпорт товарів, капіталу, послуг, а також транскордонний рух робочої сили та грошей).

2. Встановлено, що у сучасному світі чіткіше простежується тенденція до інтеграції в міжнародному економічному просторі. Доказом цього є тісна взаємозалежність виробництва і міжнародної торгівлі. Зовнішньоекономічна діяльність, як вихід торговельних зв'язків за межі національних кордонів – це кон'юнктурний рівень. Підключення до системи господарських зв'язків на рівні товарного руху капіталу та обслуговуючих його валютно-кредитних відносин робить ту чи іншу країну цілком залежною від кон'юнктури світового ринку як системи одиничних ринків.

3. Обґрунтовано, що механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю повинен спрямовувати свою дію на ефективне використання організаційних заходів управління аналітичною, виробничою та збутовою зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Його дія забезпечується збалансованою системою цілей, завдань, функцій управління, підходів і методів, факторів і критеріїв оцінки ефективності управління.

4. Узагальнено, що організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві – це важлива, складна та відповідальна робота, яка передбачає створення та організації на підприємстві взаємодії між різними підрозділами підприємства при здійсненні ним зовнішньоекономічних операцій. Тобто,

створення такої структури, яка б дозволила працівникам ефективно працювати разом.

5. Запропонована методика оцінки зовнішньоекономічної діяльності дозволила обґрунтувати доцільність досліджень факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на зовнішньоекономічну діяльність. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності залежить від ґрунтовності та правильності поетапного планування і попередньої підготовки до її проведення, а оцінка проводиться шляхом фінансового аналізу. Результати проведеного дослідження у цьому напрямі надають можливість забезпечити підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства та посилити його конкурентні переваги на міжнародному ринку.

6. Визначено, що іноземне підприємство «Ретал Україна» вже більше 20 років пропонує кращі рішення для клієнтів в області ПЕТ-упаковки. ІП «Ретал Україна» створено з метою отримання прибутку в процесі діяльності по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг, а також при здійсненні іншої, не забороненої чинним законодавством України діяльності, в тому числі зовнішньоекономічної.

7. Аналіз показав, що підприємство працює прибутково. У 2021 році чистий дохід зріс на 17621,0 тис. грн. або на 58,91% порівняно з 2019 роком, що склало 47534,0 тис. грн. Чистий прибуток компанії значний. Якщо у 2019 році він становив 2020,0 тис. грн., то у 2021 році значення цього показника становило 1876,0 тис. грн. або 92,92% до рівня 2019 р. Зазначимо, що підприємство є прибутковим, але в 2021 році спостерігалася тенденція до зниження рівня рентабельності господарської діяльності ІП «Ретал Україна» на 7,56 пункта порівняно з 2019 роком.

8. Встановлено, що діяльність ІП «Ретал Україна» у сфері виробництва ПЕТ-упаковки здійснюється досить ефективно на підприємстві, тобто вона дозволяє збільшити прибуток, що є головною метою функціонування будь-якого підприємства. Найбільш значущими та ймовірними виявилися можливості розширення частки ринку, розширення асортименту продукції,

зниження цін на імпортовану продукцію та вдосконалення маркетингових комунікацій зі споживачами товарів, які постачаються з-за кордону. Необхідно також зазначити, що за допомогою раціональної зовнішньоторговельної політики підприємство може покращати свою ЗЕД, тобто дане підприємство здатне досягти ще вищого рівня реалізації продукції, і за умов здійснення ефективного господарювання отримати максимальний прибуток на зовнішніх ринках.

9. Було проведено аналіз 3 потенційних постачальників сировини поліпропілену: «Oriental Petrochemicals Company» (Єгипет), «Socar Polymer» (Азербайджан) та «SABIC» (Саудівська Аравія) та наявного постачальника «Natpet» (Саудівська Аравія). За отриманими результатами порівняння виробників за різними критеріями, новим потенційним постачальником поліпропілену для ІП «Ретал Україна» було обрано завод в Азербайджані. Перевагами підприємства «Socar Polymer» є територіальна близькість розташування, якість та ціна сировини, умови поставок. Територіальна близькість заводу «Socar Polymer» дозволить зменшити витрати на купівлю сировини, що в свою чергу вплине на собівартість продукції ІП «Ретал Україна».

10. Розрахунки засвідчили, що запропоновані в роботі заходи можуть підвищити ефективність імпортової діяльності підприємства. Коефіцієнт ефективності імпорту ІП «Ретал Україна» після зміни постачальника сировини може збільшитися майже на 0,1. Таким чином, ефект становитиме 900 тис. грн., що становить 310 тис. грн. більше, ніж при імпорті сировини з Саудівської Аравії. Рентабельність імпорту сировини за прогнозний рік може зрости на 10,8% до 22,8%. Таким чином, за рахунок розширення імпортової діяльності ІП «Ретал Україна» забезпечить зростання показників, що свідчить про значну ефективність у реалізації обраної стратегії імпорту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азербайджанський ринок полімерів. URL: <https://ukrchem.dp.ua.html>
2. Алексеєнко Н.В. Управління сталим розвитком промислових підприємств. Економіка і організація управління. 2021. Вип. № 6. С. 50–60.
3. Аналіз господарської діяльності. Навчальний посібник / За заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. К.: Центр учбової літератури, 2013. 384 с.
4. Анатоліті С.В. Вплив пандемії коронавірусу на зовнішньоекономічну діяльність вітчизняних підприємств. Гоекономічні та політико-правові виклики структурної перебудови міжнародних зв'язків України: тези доповідей IV Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (Київ, 28 квітня 2020 р.) / відп. ред. С. В. Мельниченко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2020. С. 15-17.
5. Аріков В.П. Формування нових підходів щодо планування зовнішньоекономічних операцій підприємства. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч. 2. С. 19–25.
6. Баула О.В. Особливості формування стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі. 2017. Том 7. С.64-68.
7. Березін О.В. Стратегія підприємства : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2015. 224 с.
8. Біломістна І.І. Антикризове фінансове управління підприємством в сучасних умовах господарювання. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики: зб. наук. праць. 2017. № 1 (14). С. 90-96.
9. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавництво А.С.К., 2013. 400 с.
10. Бондаренко Н.М., Червонченко К.Е. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств в умовах глобалізації економіки. Соціальна економіка. 2020. Випуск № 59. С. 105-116.
11. Борисенко О.П. Стратегія формування та реалізації

зовнішньоекономічної політики України. Наукові праці. Державне управління. 2015. Випуск 242. Том 254. С. 17-21.

12. Величко В.В. Економіка підприємства: навч. посібник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х. ХНАМГ, 2017. 169 с.

13. Вівчевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. Львів: Афіша, 2016. 140 с.

14. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств. Вісник ЖДТУ. Економічні науки. 2021. № 3 (53). С. 53-55.

15. Волкова Н. А. Методичні аспекти бізнес-аналізу суб'єкта господарювання. Інтелект ХХІ. 2020. № 2. С. 47-50.

16. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: монографія; Харк. нац. екон. унт. 2-ге вид., переробл. і доповн. Х.: ІНЖЕК, 2018. 520 с.

17. Воронкова А.Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2022. № 4 (94). С. 77–82.

18. Гавва О.М., Захаревич В.Б., Кохан О.О. Інноваційні технології у створенні нового покоління пакувальних машин. Матеріали VII Науково-практичної конференції «Пакувальна індустрія (інноваційні технології)». К.: 2013. С 134-141.

19. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством : графічне моделювання. К.: КНЕУ, 2017. 363 с.

20. Глобалізація напрямів формування промислового потенціалу в умовах постіндустріальних трансформацій : матеріали VI Всеукр. наук. практ. конф. з міжнар. участю 16 грудня 2020 року. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 545 с.

21. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

22. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник.

5-те вид., перероб. та допов. ; Університет ДФС України. Ірпінь : 2019. 410 с.

23. Дахно І.І., Алієва-Барановська В.М. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посібн. К. : Центр учбової літератури, 2018. 356 с.

24. Двуліт З.П., Педос В.О. Окремі аспекти особливостей стратегії зовнішньої економічної діяльності підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 18. С. 196–200.

25. Денисенко М.П. Економіка підприємства: пошук шляхів розвитку : навч. посіб. К. : МАУП, 2019. 80 с.

26. Державний комітет статистики. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm

27. Довгань Л.Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством. Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України «КПІ» : зб. наук. пр. 2021. Вип. 9. С. 253-258.

28. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посібник. К.: Вид-во ЦУЛ, 2012. 172 с.

29. Дубич К.В. Основи теорії управління менеджменту : навч. посіб. К. : Пектораль, 2015. 104 с.

30. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2018. 208 с.

31. Євтушенко В.А., Ляшевська В.І., Чупринюк Ю.В. Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Бізнес-інформ. 2020. № 6. С. 23-29.

32. Жигалкевич Ж.М., Станіславський О.В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. Економічний вісник НТТУ «КПІ». № 11. 2020. С. 116-123.

33. Задихайло Д.В. Корпоративне управління : навч. посіб. Х. : Еспада, 2021. 688 с.

34. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21 червня 2018 року № 2473-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text>

35. Закон України «Про захист національного товаровиробника від

демпінгового імпорту» від 22 грудня 1998 року № 330-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text>

36. Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» від 22 грудня 1998 року № 331-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14#Text>

37. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року № 959-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

38. Закон України «Про міжнародне приватне право» від 23 червня 2005 року № 2709-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2709-15#Text>

39. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю. Г. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с.

40. Карпенко Н. В. Економічна діагностика: навч.-метод. посіб. Київ: АПСВТ, 2014. 109 с.

41. Кириченко О.А. Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. URL: www.nbuv.gov.ua

42. Кисіль Т.В. Стратегія імпортозаміщення як перспективний напрямок розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2603>

43. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз: підруч.; за ред. проф. А.Г. Загороднього. 3-є вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2017. 487 с.

44. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. 6-те вид., стер. К.: Знання, 2016. 407 с.

45. Короленко Н.В., Ларіна Т.І. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної кризи COVID-19. Інвестиції: практика та досвід. № 1. 2021. С. 60-65.

46. Косенко С.В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2019. № 3. С. 117-128.

47. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 392 с.
48. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика. 2-ге вид.: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 456 с.
49. Кривошей В.М. Упаковка в нашому житті. К.: ІАЦ «Упаковка», 2021. 160 с.
50. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії. Львів: «Інтелект-Захід», 2016. 456 с.
51. Кузьмін О., Мельник О. Економічна діагностика: навч. посіб. Київ: Знання, 2012. 318 с.
52. Легостаєва О.О., Кондратенко Н.Д. Тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 2(68). С. 28-32.
53. Литвин Б. М. Фінансовий аналіз : навч посіб. Київ : Хай-Тек Прес, 2018. 336 с.
54. Любич Б.Б. Сучасні підходи до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. 2013. Вип.1(25). С. 48-53.
55. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / За ред.. д.е.н. І.М. Комарницького. Львів: Апріорі, 2017. 1032 с.
56. Маталка С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія. Луганськ : Ноулідж. 2013. 210 с.
57. Менеджмент організацій: підручник / за заг. ред. Л.І. Федулової. К.: Либідь, 2019. 448 с.
58. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>
59. Мороз О. В., Сметанюк О. А. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ–Вінниця, 2016. 167 с.
60. Науменко В.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності:

навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2016. 394 с.

61. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>

62. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: підручник. К.: КНЕУ, 2013. 948 с.

63. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, К.І. Ржепішевського. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 656 с.

64. Офіційний сайт компанії «Oriental Petrochemicals Company». URL: <https://www.carbonholdings.com/ouroperations/>

65. Офіційний сайт компанії «SABIC». URL: <https://www.sabic.com/en>

66. Офіційний сайт компанії «The National Petrochemical Industrial Co. NATPET». URL: <http://www.natpet.com/>

67. Офіційний сайт компанії Socar Polymer». URL: Режим доступу: <http://kievpolypaks.com.ua/>

68. Офіційний сайт компанії ІП «Ретал Україна». URL: <https://www.retalgroup.com/ru/about-us/>

69. Поліпропіленова тара та упаковка в Україні: актуальний стан та прогноз. URL: skypolymer.com.ua

70. Посилкіна О. В., Світлична К. С. Економічна діагностика. Навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей. Харків: Вид-во НФаУ, 2014. 333 с.

71. Прохорова В.В. Експортно-імпортна орієнтація розвитку промислових підприємств в стратегічному управлінні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 14. С. 522-525.

72. Раєвська О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2019. 496 с.

73. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. Тернопіль: Економічна думка, 2016. 390 с

74. Світовий ринок поліпропілену. URL: <https://marketing.rbc.ru>

75. Скриль В.В., Шикіло А.В. Мета та особливості створення підприємств з іноземними інвестиціями. Ефективна економіка. 2014. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3649>

76. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / М. П. Бутко, М. Ю. Дітковська, С. М. Задорожна та ін. Київ : Центр навчальної літератури, 2016. 376 с.

77. Тошина Н.М. Концептуальний підхід до формування імпортової стратегії підприємства. Бізнес-навігатор. 2020. № 23. С. 56-62.

78. Тюріна Н.М., Карвацька Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 408 с.

79. Фатенок-Ткачук А.О. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств. Львів, 2019. 324 с.

80. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : ТНТУ, 2017. 137 с.

81. Чинники, складові і результати запровадження і реалізації антикризової політики в окремих країнах світу та Україні. Прогноз соціально-економічного розвитку України у 2021р. / Наук. ред. В.Юрчишин. Київ: Заповіт, 2021. 200 с.

82. Чухлата Ж.Г. Особливості стратегічного управління підприємством в сучасних умовах. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 62. С. 362–367.

83. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник. 2-е вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2014. 699 с.

84. Якубовський М. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 6. С. 9-14.

ДОДАТКИ