

4/1
21.06.2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ



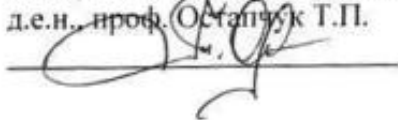
ЛУГОВКІНА Любов Костянтинівна
(студент групи ЗМО-19-1)

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

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

Допущено до захисту
протокол № 4
від 24.05.2023
зав. кафедри менеджменту, бізнесу
та маркетингових технологій
д.е.н., проф. Остапчук Т.П.



Керівник роботи:
PhD Завалій Т.О.
(наукове звання, прізвище та ініціали)



(підпис)

Рецензент
к.е.н., доц. Нарук І.М.
(прізвище та ініціали)



(підпис)

Житомир
2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття, види та принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства	6
1.2. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	15
1.3. Методичні засади оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	24
1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	33
Висновки до розділу 1	41
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ	43
2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства	43
2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства	51
2.3. Оцінка системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	59
2.4. Напрями підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	67
Висновки до розділу 2	78
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
ДОДАТКИ	89

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах трансформації 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.

Питанням управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства присвячено низку публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких І.В. Терон, М. Юдін, Н.А. Янковський, О.С. Шнипко, Н.Й. Радіонова, І.В. Нижник, Г.Я. Глинська, О.В. Болдуєва, П. Друкер, Д. Деніелз, Л. Радеба, П. Бимич, А. Моррісон, Дж.М. Даннінг, Р. Харрод, С. Хаймер, І. Коломієць, В. Колонтай, О. Кириченко, А. Кредісов, В. Сіденко, Г. Дроздова та ін. Водночас, не зважаючи на вагомий кількість досліджень, доводиться констатувати, що подальший розвиток теоретико-методичних засад обґрунтування та реалізації резервів забезпечення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства залишається актуальним завданням.

Зазначене зумовило вибір теми, постановку мети та завдань бакалаврської кваліфікаційної роботи. Обрана тема повністю відповідає

проблемам наряду підготовки за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є узагальнення та подальший розвиток теоретико-методичних засад забезпечення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Поставлена мета обумовила вирішення наступних **завдань**:

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

Об'єктом дослідження у бакалаврській кваліфікаційній роботі виступає процес управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, **предметом** – теоретичні, методичні та прикладні засади забезпечення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Методи дослідження. У процесі підготовки роботи використовувались методи дослідження, що базуються на загальнонаукових та емпіричних прийомах економічної науки. Тому в процесі оцінки умов та результатів зовнішньоекономічної діяльності підприємств нами були використані економіко-статистичний метод та метод абстрагування, методи систематизації та узагальнення. Використовувалися методи опису,

порівняння, вимірювання та спостереження.

Інформаційну базу дослідження складають наукові статті вітчизняних та зарубіжних авторів, дисертації на здобуття наукового ступеня, підручники та посібники з обраної тематики, нормативно-правові акти, аналітичні звіти державних органів управління, дослідження консалтингових агентств, статистичні дані міжнародних організацій, дані державної служби статистики, Інтернет-ресурси, внутрішня звітність про діяльність досліджуваного підприємства, стандарти міжнародних організацій тощо.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні резервів забезпечення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Практичну цінність мають розроблені заходи щодо диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності через розширення експорту та охоплення країн Балканського регіону, що має забезпечити фінансовий результат, який би був більшим, ніж під час збуту продукції всередині України.

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 88 сторінках друкованого тексту. Робота містить 25 таблиць та 10 рисунків. Список використаних джерел налічує 65 найменувань. Робота містить 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття, види та принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Сучасний етап економічних та соціальних перетворень в Україні вимагає інтегрування її у світове економічне співтовариство, поглиблення співпраці з іншими державами. Це передбачає інтенсифікацію взаємовідносин з іноземними господарюючими суб'єктами, активний обмін капіталом, товарами, послугами, робочою силою, ефективний трансфер технологій, залучення іноземних інвестицій. Необхідною умовою зазначених процесів є належне правове забезпечення здійснення зовнішньоекономічної діяльності, яка становить важливий напрям діяльності значної частини вітчизняних суб'єктів господарювання [60, с.76].

Зовнішньоекономічна діяльність належить до однієї зі сфер економічної політики держави, яка базується на виробництві продукції (виконанні робіт та наданні послуг), що призначена для іноземних ринків. У вітчизняній практиці ця категорія стала активно використовуватися з кінця 80-х років минулого століття у зв'язку з початком проведення зовнішньоекономічної реформи, сутність якої зводилася до децентралізації державної зовнішньої торгівлі та переходу від системи міжурядових зовнішньоекономічних зв'язків до самостійного здійснення цієї діяльності на рівні підприємств – виробників експортної продукції [49, с.175].

В основі державної економічної політики України покладено принципове усвідомлення, що значну роль у трансформації економіки нашої держави має відіграти проактивна зовнішньоекономічна політика України. Тому прагнення органів державної влади полягає у реалізації даної ідеї через

розширення міжнародної співпраці України, насамперед з державами-членами Європейського Союзу, урядами ключових торговельних партнерів України, а також міжнародними організаціями, зокрема, МВФ, СОТ, ОЕСР; інвестиційне забезпечення інноваційно-технологічної модернізації вітчизняного виробництва для підвищення конкурентоспроможності та зменшення макроекономічних дисбалансів; активізацію залучення до світової торгівлі та транскордонної співпраці [40, с.17].

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, яка має місце як на території України, так і за її межами. У свою чергу, ст. 1 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає, що господарська діяльність - це будь-яка діяльність, зокрема підприємницька, пов'язана з виробництвом і обміном матеріальних і нематеріальних благ, виступаючих у формі товару. Під товаром розуміється будь-яка продукція, послуги, роботи, права інтелектуальної власності та інші немайнові права, призначені для продажу (відшкодувальної передачі) [22].

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність, згідно Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», не виходить за межі товарного обороту, має відшкодувальний характер.

У іншому аспекті визначається зовнішньоекономічна діяльність в частині першій ст. 377 Господарського кодексу України: «Зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання є господарська діяльність, яка в процесі її здійснення вимагає перетину митного кордону України майном, вказаним в частині першій ст. 139 Кодексу, і/або робочою силою» [8]. Ч. 1 ст. 139 Господарського кодексу визначає використовуваний в Кодексі термін «майно» як «сукупність речей і інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне вираження, виробляється або використовуються в діяльності суб'єктів господарювання і відображаються в їх балансі або враховуються в інших

передбачених законом формах обліку майна цих суб'єктів» [8].

Під господарською діяльністю в Кодексі розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення і реалізацію продукції, виконання робіт або надання послуг вартісного характеру, що мають цінове вираження (ч. 1 ст.3 ГК) [8].

В сучасних умовах як законодавці, так і науковці приділяють велику увагу поняттю «зовнішньоекономічна діяльність», про що свідчать окремі наукові визначення, наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Наукові дефініції поняття «зовнішньоекономічна діяльність»

Джерело	Визначення
1	2
М.О. Булкат [3, с.90]	Зовнішньоекономічна діяльність - одна із сфер господарювання держави, підприємств і фірм, тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, іноземними кредитами та інвестиціями
О.П. Гребельник [9, с.115]	Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміється сукупність міжнародних комерційних операцій, спрямованих на організацію та регулювання процесу обміну товарами, послугами та результатами творчої діяльності
Ж.С. Зосимова [28, с.56]	Під зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання розуміється господарська діяльність, для здійснення якої потрібне перетинання митного кордону України майном та/або робочою силою
К.О. Кириченко [30, с.27]	Зовнішньоекономічна діяльність – це управління українськими та іноземними компаніями на основі взаємовідносин між ними і здійснюється як на території України, так і за її межами
Е.О. Ковтун [32, с.173]	Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність експортно-імпортних операцій міністерств, відомств, підприємств, державних, кооперативних та інших організацій
В.В. Лагодієнко [34, с.309]	Зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність суб'єктів господарювання України та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, що ґрунтується на взаємовідносинах між ними і відбувається як на території України, так і за її межами
М.О. Лепеха [37, с.656]	Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання України (частіше компаній) та суб'єктів іноземної господарської діяльності, що базується на взаємовідносинах і здійснюється як на території України, так і за її межами
А.А. Мазаракі [39, с.315]	Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання України та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, яка ґрунтується на взаємовідносинах між ними і здійснюється як на території України, так і за її межами

Продовження табл. 1.1

1	2
О.Г. Мельник [42, с.60]	Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарювання України та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, що здійснюється як на території України, так і за її межами
В.Є. Новицький [47, с.487]	Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміється здійснення господарської діяльності на зовнішніх ринках різними суб'єктами господарювання. Зовнішня торгівля включає: діяльність українських суб'єктів господарювання за межами України та іноземних суб'єктів господарської діяльності з різних країн України
Н.В. Петрина [49, с.176]	Зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність, яка ґрунтується на взаємовигідних економічних зв'язках у сфері міжнародної торгівлі, руху капіталу, трудової міграції та передачі технологій
О.В. Трифонова [55, с.76]	Зовнішньоекономічна діяльність – це особливий вид господарювання, основними цілями якого є формування, розвиток і використання конкурентних переваг підприємства за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах та їх доцільне використання економічних, соціальних, демографічних, культурних та інших характеристик цих країн
О.В. Шкурупій [64, с.79]	Зовнішньоекономічна діяльність – це форма господарювання, яка виходить за національні кордони та передбачає інтеграцію багатонаціональних суб'єктів у багатоступінчастий цикл економічних відносин

Систематизуючи погляди різних авторів (табл. 1.1), під зовнішньоекономічною діяльністю розуміємо особливу форму господарювання, а також економічну організацію міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють усі економічні операції між суб'єктами господарювання, а основними цілями є формування, розвиток і використання конкурентних переваг підприємства за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах.

Суб'єкт – носій певного роду діяльності, джерело активності спрямованої на об'єкт. При визначенні суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в Україні слід керуватися ст. 3 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність». До них відносяться [22]:

- фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни і особи без громадянства, що володіють цивільною правоздатністю і дієздатністю згідно законам України і що постійно проживають на території України;

- юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні, що мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації і об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні товариства та інші види господарських товариств, асоціації, союзи, концерни, консорціуми, торгові дома, посередницькі і консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та ін.) зокрема юридичні особи, майно і/або капітал яких передбачає повністю у власності інших іноземних суб'єктів господарської діяльності;

- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, що не є юридичними особами відповідно до законів України, але які мають постійне місцезнаходження 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), але мають постійне місце знаходження на території України;

- спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України і іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі, що мають постійне місцезнаходження на території України;

- інші суб'єкти господарської діяльності.

У власному розумінні, зовнішньоекономічна діяльність є такою лише з погляду суб'єктів господарської діяльності України, тому в законодавстві види зовнішньоекономічної діяльності визначаються тільки стосовно них (ст.4 12 Закону про ЗЕД) як активних учасників діяльності, одержувачів (замовників) продукції, товарів, послуг, робіт. Слід врахувати, що цей перелік носить невичерпний характер, оскільки допускає інші види ЗЕД, не заборонені прямо та у винятковій формі законами України [22].

Відповідно до чинного законодавства України [22], до видів зовнішньоекономічної діяльності відносяться:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг

іноземним суб'єктам господарської діяльності (нефакторні послуги);

- 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;

- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

- 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;

- проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі;

- товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність;

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

- придбання, продаж та обмін валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;

- роботи на контрактній основі фізичних осіб України;

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

Підприємства можуть обирати будь-який з багатьох видів зовнішньоекономічної діяльності, при цьому враховуючи інтереси

підприємства та оцінюючи умови здійснення своєї господарської діяльності на зовнішньоекономічному ринку.

Сучасна наука виділяє три групи принципів, якими керуються суб'єкти при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності: загальні, специфічні та національні. Загальні принципи зовнішньоекономічної діяльності – це своєрідні загальновідомі істини, яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій. До них відноситься [4, с.216]:

- науковість. Цей принцип означає, що розвиток зовнішньоекономічної діяльності здійснюється відповідно до об'єктивних економічних законів;
- системність. Між окремими складовими зовнішньоекономічної діяльності існують міцні взаємозв'язки;
- взаємовигідність. Цей принцип означає, що кожний партнер, який бере участь у міжнародних операціях, має отримувати вигоду (прибуток).

А ось специфічні принципи зовнішньоекономічної діяльності закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання усіма державами, що підписали той або інший акт. До специфічних принципів відносять: дотримання суверенітету, територіальної цілісності та політичної незалежності держав; суверенна рівність усіх держав; ненапад і невтручання у внутрішні справи; взаємна та справедлива вигода; мирне співіснування; рівноправність і самовизначення народів; мирне регулювання спорів; усунення несправедливості, що виникає внаслідок застосування сили та позбавляє націю засобів для її нормального розвитку; сумлінне виконання міжнародних обов'язків; повага прав людини і основних свобод; відсутність прагнення до гегемонії в сферах впливу; сприяння міжнародній соціальній справедливості; міжнародне співробітництво з метою розвитку; вільний доступ до морів і від них – до країн, що їх не мають (згідно Хартії економічних прав і обов'язків держав) [17; 35].

Великого значення надається зближенню національного законодавства третіх країн з правом Європейського Союзу як одному з найбільш дієвих засобів правової інтеграції. Партнерство та співробітництво країн, що уклали угоди про асоціацію з Європейським Союзом, вважається обов'язковим.

Тому в Білій книзі Європейського Союзу [28] (що не має конкретних адресатів, тому може бути використана Україною) передбачено умови здійснення зовнішньоекономічної діяльності, а саме:

- контроль і оформлення документів на товари, що перетинають національні кордони;
- свобода пересування осіб для працевлаштування або постійне місце проживання у будь-якій країні;
- уніфікація технічних норм і стандартів;
- відкриття споживчих ринків;
- лібералізація фінансових послуг;
- поступове відкриття ринку інформаційних послуг;
- лібералізація транспортних послуг;
- створення сприятливих умов для промислового співробітництва з урахуванням законодавства про права на інтелектуальну і промислову власність;
- усунення фіскальних бар'єрів.

Принципи зовнішньоекономічної діяльності, якими керуються суб'єкти цієї діяльності в Україні (національні), наведено у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [22], і згруповано на рис. 1.1.

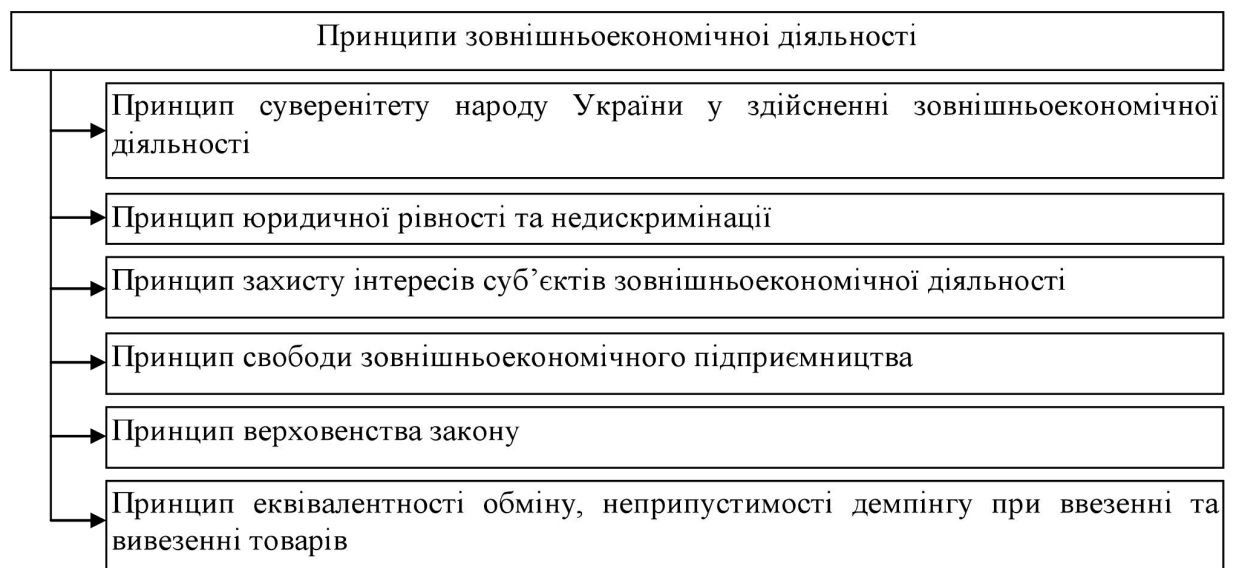


Рис. 1.1. Принципи зовнішньоекономічної діяльності [22]

Вищезазначена система принципів сприяє створенню сприятливіших

умов для ефективного виходу українських підприємств на світовий ринок, а органам державної влади дасть змогу приймати ефективні управлінські рішення у сфері зовнішньоекономічної діяльності та формувати дієву стратегію державної зовнішньоекономічної політики.

До основних функцій зовнішньоекономічної діяльності К. Кириченко, Н. Притула, В. Єрмаченко та ін. відносять [16; 30]:

- організацію та обслуговування міжнародного обміну природними ресурсами та результатами праці в їх матеріальній та вартісній формах;
- міжнародне призначення споживчої вартості продуктів міжнародного поділу праці;
- організацію міжнародного грошового обігу.

Так, Н.М. Тюріна поділяє функції зовнішньоекономічної діяльності, на ті, які притаманні усім країнам та ті, що характерні для зовнішньоекономічної діяльності України із певною специфікою. До перших відносяться [57, с. 227]:

- сприяння вирівнюванню рівня економічного розвитку: національного та світового;
- виконання співставлення національних і світових витрат виробництва;
- реалізація переваги міжнародного розподілу праці (МРП) і сприяння підвищенню ефективності національної економіки.

Специфіка функцій зовнішньоекономічної діяльності України обумовлена, на думку науковця, сучасним етапом розвитку національної економіки, її реформуванням, ставленням ринкових відносин; початковим етапом інтеграції України в світову економіку [63, с. 29].

Зважаючи на те, що зовнішньоекономічна діяльність може бути реалізована як на рівні держави, так і на рівні окремих господарюючих суб'єктів, то саме вони організовують свої процеси таким чином, щоб ефективно використовувати специфіку країни з метою максимізації своїх прибутків та задоволення своїх інтересів.

Виробничо-господарські функції суб'єкта зовнішньоекономічної

діяльності містять процес створення експортного продукту, починаючи від пошуку ідеї та оцінки конкурентоспроможності цього продукту до налагодження виробничих зв'язків з внутрішніми партнерами та виробництва експортної продукції. Організаційно-економічні функції складаються з маркетингових досліджень зовнішнього ринку, забезпечення виходу на зовнішній ринок та логістики. А комерційні функції суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності складаються з підготовки зовнішньоекономічної операції, визначення умов контракту, його підписання [53, с. 176].

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність є невід'ємним елементом господарської діяльності підприємств, регіонів і країни в цілому. На основі проведеного дослідження було встановлено, що сучасна наука виділяє три групи принципів зовнішньоекономічної діяльності: загальні, специфічні та національні. Загальні об'єднують науковість, системність та взаємовигідність. Специфічні закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами.

1.2. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Складні інтеграційні процеси, що супроводжують діяльність підприємств на сучасному етапі, визначають важливість зовнішньоекономічних зв'язків. Забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві може допомогти у вирішенні ряду стратегічних проблем економіки та підсилити конкурентну боротьбу серед виробників з метою впровадження передових технологій. За таких умов створення і функціонування ефективного організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства набуває ще більшої актуальності [65, с. 26].

Аналіз показав, що науковці поки що не виробили єдиного підходу до

визначення як організаційно-економічного механізму підприємства в цілому, так і в сфері його зовнішньоекономічної діяльності. Відсутність єдиного розуміння ускладнює його безпосередню розробку на підприємствах. Підходи до визначення організаційно-економічного механізму можна розділити на дві групи [3; 45]:

- трактування його як сукупності управлінських методів та інструментів;
- визначення його як системи управління.

Представником першої групи є Г. Дроздов, який визначає організаційно-економічний механізм підприємства - це система елементів організаційного та економічного впливу на управлінський процес [13]. М.О. Лепеха, Г.М. Свириденко є представниками другої групи і трактують організаційно-економічний механізм як систему формування цілей і стимулів, які перетворюють у процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів [37].

Узагальнюючи представлені дослідження, організаційно-економічний механізм можна визначити як систему взаємопов'язаних елементів, важелів та методів управління всередині підприємства, що функціонують для досягнення його конкурентних переваг найефективнішим способом.

Що стосується поняття організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, то необхідно врахувати особливості проведення ЗЕД. До таких відносяться [28; 39]:

- оскільки зовнішньоекономічна діяльність передбачає дії підприємства на міжнародних ринках, то забезпечення якості продукції та умов управління на підприємстві повинні відповідати міжнародним нормам та стандартам;
- зовнішньоекономічна діяльність повинна проводитись на регулярній основі для накопичення досвіду та забезпечення ефективності обслуговування;
- зовнішньоекономічна діяльність потребує значно більших

організаційних витрат, приносячи при цьому значно більші доходи;

- для досягнення позитивних результатів, керівництво повинно ставити конкретні та досяжні цілі.

Зі свого боку, А.А. Мазаракі під організаційно-економічним механізмом управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства пропонує розуміти сукупність організаційно-економічних відносин, спрямованих на організацію взаємодії між вітчизняними та іноземними підприємствами, які пов'язані між собою процесами ресурсного забезпечення, виробництва і доведення до кінцевого споживача з метою реалізації їх економічних інтересів з урахуванням особливостей зовнішнього та внутрішнього середовища [38]. А Е.О. Ковтун відзначає, що організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства спрямований на досягнення певних експортно-імпортних цілей шляхом впливу на сфери і фактори, які забезпечують досягнення намічених цілей, і цей вплив здійснюється за допомогою використання наявних ресурсів або потенціалу підприємства [32]. Так, В.В. Вітлінський, П.І. Верченко розглядають організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства як систему взаємопов'язаних елементів, важелів та механізмів зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів господарювання, що покликана ефективно регулювати ЗЕД з урахуванням впливів зовнішнього середовища [5].

На нашу думку, організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю варто розглядати як систему скоординованих економічних елементів (правил, методів, інструментів та закономірностей), які відображають особливості діяльності підприємства, та їх взаємозв'язків і відповідно управління цими елементами з метою забезпечення високої ефективності діяльності підприємства в існуючому середовищі задля виконання поставленої мети. Якщо розглядати даний механізм з точки зору системного підходу, то він повинен мати певну структуру, яка визначає стійкі зв'язки і відносини всередині нього, основні

напрями управлінських впливів, що забезпечує цілісність механізму і самототожність.

Визначити конкретний загальний перелік завдань до організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства неможливо, оскільки вони повинні ставитися відповідно до розміру підприємства, ринку, на якому воно працює, стадії його життєвого циклу та ін. Але вимоги, які є спільними для функціонування даного механізму на кожному підприємстві такі [18; 37]:

1. Він має бути гнучким, здатним до миттєвої реакції на зміни зовнішнього середовища. Необхідною умовою є постійне коригування механізму для забезпечення його ефективної роботи за умов змін зовнішніх чинників.

2. Він повинен відповідати загальним цілям, які ставить перед собою підприємство.

3. Він повинен орієнтуватися на сучасні засоби та методи управління, які є доцільними саме для цього конкретного підприємства.

4. Соціальна спрямованість управління, що передбачає конкретизацію і розуміння поставлених завдань кожним працівником.

5. Поставлені завдання повинні мати кількісні характеристики, а також критерії їх успішного виконання.

Всі інші вимоги, які керівництво підприємства висуває до організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства базуються на вищевказаних вимогах.

До завдань, які повинен виконувати організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства відносяться ті, що представлені на рис. 1.2.

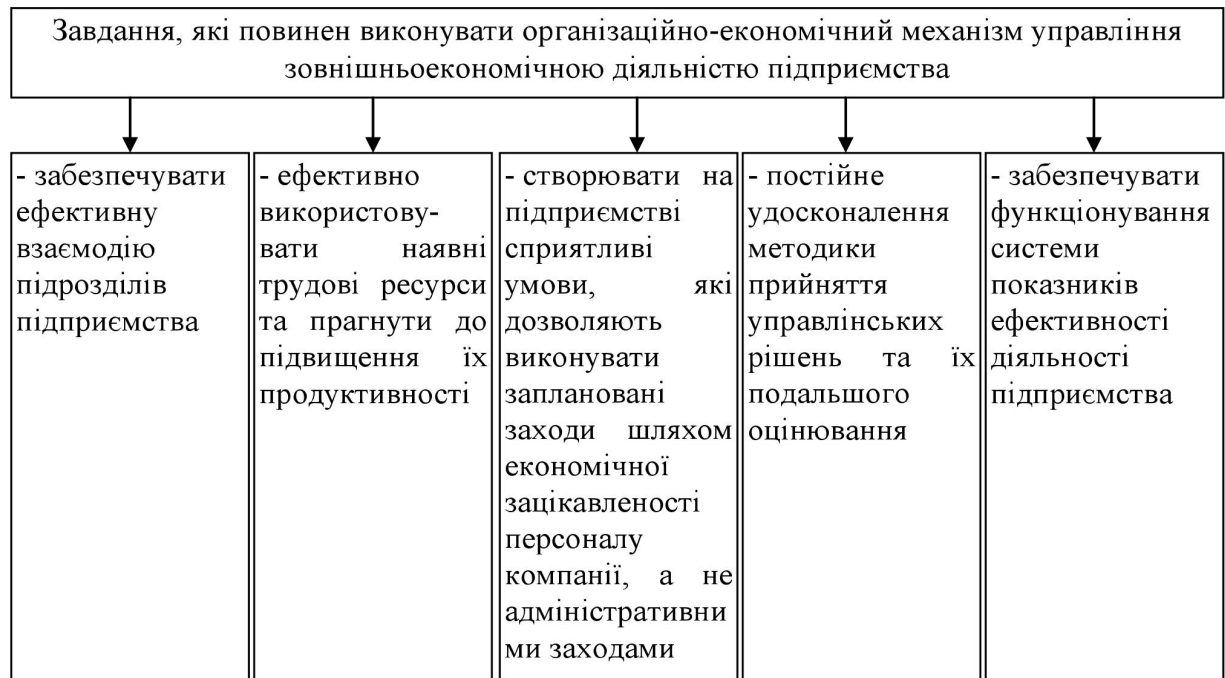


Рис. 1.2. Завдання, які повинен виконувати організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [41]

Більшість науковців при визначенні даного поняття сходяться на тому, що незалежно від його трактування, складовими частинами його є економічна та організаційна частина.

Нами запропоновано організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства у функціональному вигляді (рис. 1.3).

Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства – це ефективне управління його складовими. Такий механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна окреслити як систему етапів і принципів управління такою діяльністю [41, с. 55].

Найважливішими етапами при управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства з точки зору класичних підходів до процесу управління повинні стати розробка обґрунтованої політики та стратегії, формулювання оперативних та тактичних проміжних цілей, розробка заходів щодо впровадження конкретних пошагових управлінських дій, формування альтернативних варіантів та вибір найоптимальнішого, оцінка, аналіз, контроль та коригування відповідних процесів.



Рис. 1.3. Організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства у функціональному вигляді [12]

Розробка організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах повинна здійснюватися за наступними принципами [31; 44]:

- визначення функціональних підсистем, які необхідні для ефективної реалізації процесів зовнішньоекономічної діяльності;
- визначення задач і функцій кожної підсистеми;
- об'єднання всіх функціональних підсистем в єдине ціле.

У рамках стратегії і тактики управління підприємством здійснюється функціонування організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю. Важливими елементами вищенаведеного

механізму є предмет та об'єкти управління, принципи і методи управління, заходи та етапи здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Для прийняття відповідних управлінських рішень в межах організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю нами запропоновано застосовувати систему показників оцінки.

В загальній системі управління зовнішньоекономічною діяльністю 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 [5, 34].

Зі свого боку, 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 зовнішньоекономічною діяльністю 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 зовнішньоекономічною діяльністю. Вони діють узгоджено за допомогою певних інструментів, які схематично зобразимо згідно рис. 1.4.

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 [60, с.35]:

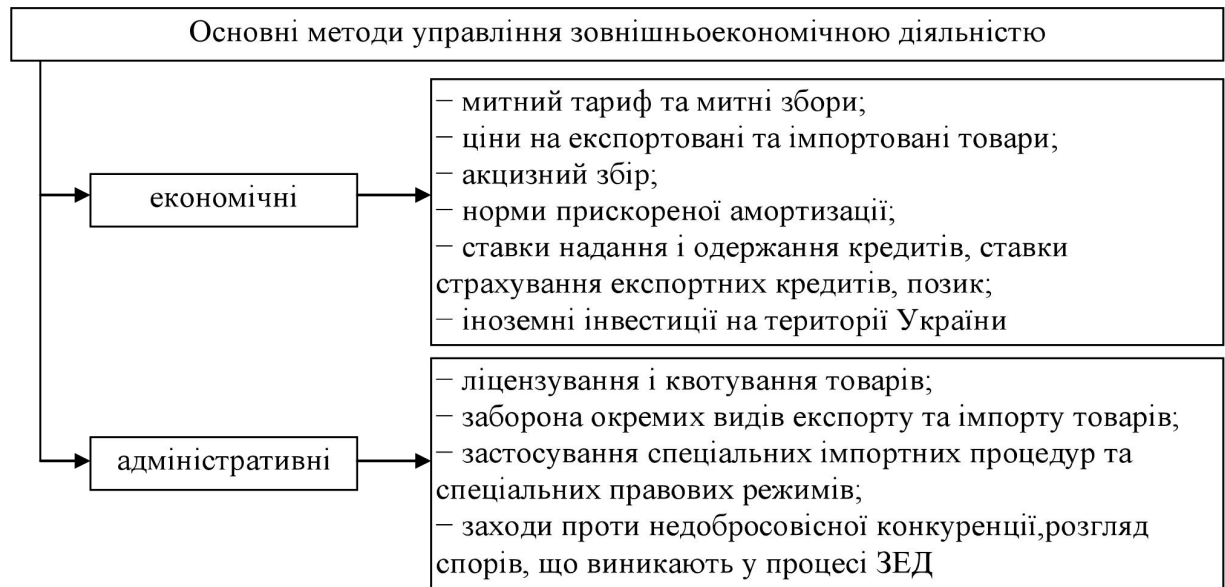


Рис. 1.4. Основні методи управління зовнішньоекономічною діяльністю [60]

– 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 зовнішньоекономічною 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.

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 [33, с.100].

Таким чином, сучасні умови господарювання характеризуються високою мінливістю зовнішнього середовища, що виражається в високому темпі інфляції, високому рівні банківських ставок кредитування, нестабільність податкової системи держави. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності до цих факторів додаються умови високої конкуренції на міжнародному ринку. Таким чином, організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є відображенням складної системи економічних відносин на підприємстві. Він виступає визначаючим фактором ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, будучи інструментом досягнення поставлених цілей. 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 підприємства, яка б дозволила працівникам ефективно працювати разом.

1.3. Методичні засади оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Установлення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю є необхідним не тільки для обґрунтування окремих рішень щодо купівлі-продажу товарів, вона є необхідною в процесі планування експортної та імпоротної діяльності як на рівні підприємства, так і на рівні держави в процесі здійснення оцінки перспективних напрямів ЗЕД [32, с. 173].

Для визначення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства використовують системний підхід, що передбачає здійснення комплексного аналізу усіх видів зовнішньоекономічних операцій. Однак для будь-якого аналізу необхідно сформулювати критерії ефективності, оскільки критерій ефективності – це головна ознака, що відрізняє певний показник від інших класифікаційних одиниць.

На основі таких критеріїв здійснюється кількісна та якісна оцінка діяльності підприємства. Отож, сформовані критерії повинні відповідати основним принципам побудови показників ефективності та ґрунтовно відображати її сутність. На основі таких даних можна сформулювати та вирахувати проміжні та узагальнені показники ефективності, сформулювати факторну модель, здійснити аналіз впливу різних факторів на загальний показник ефективності, спрогнозувати ймовірні відхилення показників виробничої та фінансової діяльності, визначити резерви та виокремити проблеми, що потребують негайного вирішення.

Отож, визначення ефективності діяльності підприємств, зокрема ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю, здійснюється на основі аналізу основних показників ефективності [27, с. 213].

Показники економічної ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю поділяють на [36; 58]:

- 1) показники ефекту, що розраховуються як абсолютні значення і відображають результати діяльності підприємства в грошових одиницях, що

розраховуються як різниця між доходами та витратами;

2) показники ефективності, що є відносними величинами та демонструють співвідношення прибутку підприємства до витрат на його отримання, розраховуються зазвичай у відсотках, частках тощо.

Для якісної характеристики ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства необхідно дотримуватись зазначених методологічних положень (рис. 1.5).

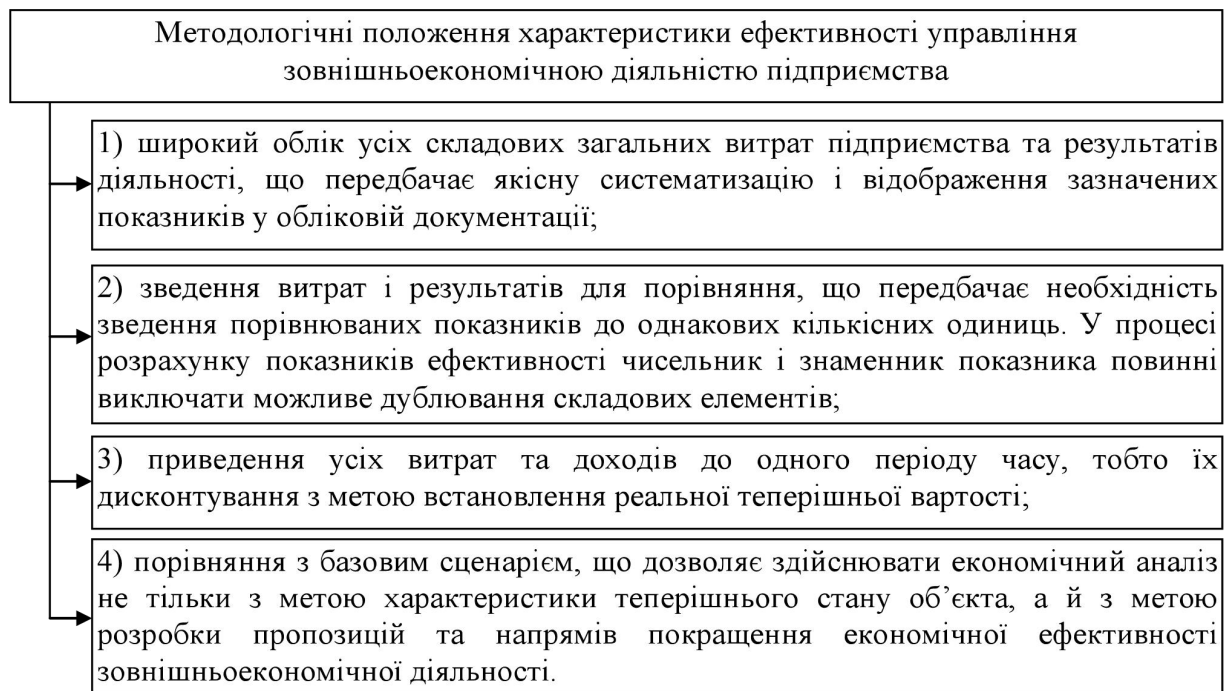


Рис. 1.5. Методологічні положення характеристики ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [58]

Проведення економічного аналізу передбачає вивчення поточного стану підприємства та характеристика показників зовнішньоекономічної діяльності, його відхилень від запланованого рівня та ідентифікації факторів, що сприяли формуванню таких відхилень.

Аналіз ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю є основою для прийняття управлінських рішень, тому його мета полягає у [28]:

- 1) оцінці діяльності підприємства, його структурних підрозділів;
- 2) пошуку можливих резервів, зокрема фінансових;
- 3) ідентифікації проблем, що повинні вирішуватись.

Установлення резервів – це дуже важливий етап розробки планових організаційно-економічних і техніко-технологічних заходів з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Виявлення резервів, їх обсягів та джерел дає змогу вирізнити їх за ступенем важливості, часом дії, тощо [37, с.656].

Ідентифікація проблем, що виникають у процесі функціонування підприємства та здійсненням зовнішньоекономічної діяльності, дозволяє оперативно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. Відповідно, ідентифікація проблем проводиться на основі аналізу відхилень конкретних чинників та є важливим аспектом прийняття управлінських рішень.

У процесі здійснення аналізу необхідно вирішити перелік питань, зокрема [10, с. 68]:

- 1) встановити мету і визначити основні цілі аналізу;
- 2) сформулювати методику аналізу ефективності та часові обмеження;
- 3) забезпечити достовірність основних джерел інформації;
- 4) визначити конкретних осіб, що будуть виконавцями аналізу.

Однією з найважливіших характеристик та критеріїв аналізу є його тривалість у часі. Від термінів проведення аналізу залежить методика проведення аналізу, відповідно – перелік і послідовність етапів аналізу. Також важливим завданням є визначення раціонального співвідношення між термінами здійснення та скрупульозністю аналізу. Тому одним із основних шляхів вирішення цієї проблеми є використання системного підходу.

Отже, методика аналізу формується відповідно до [1; 62]:

- 1) мети аналізу;
- 2) якості та обсягів наявної інформації;
- 3) часових рамок проведення аналізу.

Як зазначалося, різноманітність методик аналізу ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю залежить від рівня управління. На нижчих рівнях управління використовуються простіші методики аналізу,

а на вищих рівнях управління, відповідно, застосовуються складніші методики аналізу, тому що виникають серйозніші проблеми.

Зауважимо, що для аналізу складних проблем і встановлення ефективності ЗЕД інколи використовується факторна модель. Факторна модель – це уніфікована система узагальнених, проміжних і похідних показників, що відображають основні показники аналізу та взаємозв'язок між ними. Створення факторної моделі здійснюється поступово. Спочатку формуються узагальнені показники, згодом через проміжні встановлюються похідні, що відтворюють особливості технологічної системи виробництва, умов технічного забезпечення, матеріального постачання тощо [18, с. 116].

Розробка факторної моделі розпочинається із визначення узагальненого показника, тобто вибору критеріїв ефективності певного фактору. Після узагальненого показника встановлюють проміжні показники, що увійдуть до формули розрахунку. Структура проміжних показників визначається метою аналізу. Згодом за кожним показником 1-го рівня розчленування формують формулу розрахунків залежно від мети аналізу та встановлюють проміжні показники 2-го рівня розчленування. Після цього здійснюється оцінка з точки зору приналежності до показників, що відображають техніко-технічний рівень та можливості їх подальшого розчленування. Після процедури розчленування за складовими показників 2-го рівня здійснюється аналіз 3-го рівня, а згодом – аналіз похідних показників.

За результатами формування факторної моделі здійснюється аналіз похідних показників, на основі яких виконується моделювання. Початковим етапом розробки факторної моделі вважається розробка формул для розрахунку рівня впливу факторів на узагальнений показник [6, с. 536].

Інструментом забезпечення цього процесу є метод «ланцюгових підстановок», що полягає у послідовній заміні базових значень проміжних показників на аналізовані показники для визначення впливу різних факторів на узагальнений показник. У такому випадку заміна здійснюється за кількісними показниками, а згодом – за якісними. Якщо ж у формулі декілька

кількісних і якісних показників, то послідовність підстановок визначається економічною логікою процесу.

Подальшим і найсуттєвішим етапом аналізу є розрахунок резервів. Резервами вважаються можливі шляхи покращення діяльності підприємства та підвищення його ефективності.

Резерви класифікуються за різними напрямками залежно від [25, с. 226]:

1) змісту:

- техніко-технологічні;
- економічні;
- соціальні;
- організаційні;

2) обсягу розповсюдження:

- загальні;
- часткові (специфічні);

3) важливості результату:

- основні;
- другорядні;

4) місця виникнення:

- народногосподарські;
- галузеві;
- внутрішньовиробничі;

5) структури:

- складні (багатофакторні);
- прості (однофакторні);

6) часу дії:

- постійні;
- тимчасові.

Також варто зазначити, що, з точки зору управлінської діяльності, резерви класифікують на [35, с. 238]:

1) організаційні;

- 2) потенційні;
- 3) перспективні.

У сучасних економічних умовах більшість підприємств здійснюють ЗЕД самостійно, оскільки сучасні інформаційні технології дали змогу спростити та пришвидшити процес комунікації в умовах зовнішньоекономічних зв'язків. Таким чином, підприємство самостійно визначає методи та форми здійснення ЗЕД, а також бере на себе відповідальність за результати своєї роботи та ймовірні ризики.

Саме тому виникає необхідність формування власної ефективної системи управління ЗЕД, що відповідала б вимогам сучасного ринку та була б здатна ефективно реагувати на зміни кон'юнктури внутрішнього та зовнішнього ринку. Така система управління повинна ґрунтуватися на принципах адаптивного управління та забезпечувати швидке прийняття рішень та переорієнтування стратегії відповідно до інтенсивних змін середовища [27, с. 87].

В умовах сучасного ринку необхідно використовувати систему показників ефективності ЗЕД для детального та систематизованого аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств. У процесі аналізу діяльності підприємства розраховується показник ефективності діяльності, що демонструє рівень рентабельності та загальної вигоди зовнішньоекономічної операції для підприємства.

Насамперед розглянемо показник ефективності реалізації експортних товарів. Цей показник є вираженням у відсотках співвідношення виручки від реалізації в іноземній валюті до собівартості його виробництва у гривнях. Розрахунок зазначеного показника здійснюється за формулою [40, с. 76]:

$$A = \frac{B_{\text{нетто}}}{ПС} \times 100\% \quad (1.1)$$

де $B_{\text{нетто}}$ – прибуток від реалізації експортної продукції у іноземній валюті, переведений в гривні за офіційним курсом;

ПС – повна собівартість реалізованої продукції, грн.

Можна розрахувати також обернений показник, що відображатиме суму отриманого доходу в іноземній валюті від здійснення експорту на кожен гривню здійснених підприємством витрат.

Методика визначення тенденцій та перспектив розвитку ЗЕД полягає у визначенні ефективності реалізації експортних товарів та їх порівняння з аналогічними показниками за попередні періоди. Це дає змогу встановлювати величину зміни ефективності реалізації товарів у звітному періоді та прогнозувати показники на майбутні періоди [57, с. 337].

Наступним показником ефективності ЗЕД є показник валютної ефективності експорту та імпорту. Він розраховується відповідно до експортних та імпортних еквівалентів.

Експортний еквівалент – це сукупність товарів і послуг, що експортовані та оплачені іноземною валютою.

Імпортний еквівалент – це сукупність товарів і послуг, що імпортовані та оплачені іноземною валютою.

Окремо взятий коефіцієнт не дає повної характеристики щодо прибутковості операції. Необхідним є порівняння із базовими показниками. Якщо національна валюта є повністю або частково конвертованою, то базовим показником вважається валютний курс. Тобто, якщо валютний коефіцієнт експорту ($K_{\text{вс}}$) перевищує значення курсу валюти, то експорт вважається ефективним.

У випадках, коли національна валюта є повністю неконвертована, розраховується інтегральна ефективність експорту-імпорту. Тому-що експортні операції є єдиним джерелом отримання валюти, яка витрачається на купівлю товару чи послуги з-за кордону. Своєю чергою, показник інтегральної ефективності розраховується за формулою [40, с. 77]:

$$E_{\text{інтегр.}} = K_{\text{вс}} \times K_{\text{ві}} \quad (1.2)$$

де $K_{\text{вс}}$ - валютна ефективність експорту;

$K_{\text{ві}}$ - валютна ефективність імпорту.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства, тобто його

зовнішньоекономічні операції вважаються ефективними, якщо значення показника є більшим за одиницю.

Розрахунок показника ефекту експорту демонструє результат зовнішньоекономічної діяльності підприємства і розраховується як різниця між обсягом виготовлення експортної продукції та витратами на виробництво цієї продукції. Показник ефекту імпорту розраховується як різниця між внутрішньою ціною імпортованої продукції та витратами на її придбання та імпорт [65, с. 26].

Оплата зовнішньоекономічних операцій відбувається у готівковій формі або у вигляді кредитних операцій. Зауважимо, що найвигіднішою для продавця і найменш вигідною для покупця є оплата готівкою. Проте зазвичай така форма оплати використовується для зовнішньоекономічних операцій із незначними сумами. Переважно при здійсненні зовнішньоекономічних операцій оплата відбувається у формі кредитних угод. Утім, трапляються випадки, коли оплата здійснюється в обидвох формах: частина – у готівковій, а частина – у формі кредиту.

Враховуючи зазначені обставини, у процесі розрахунку ефективності зовнішньоекономічної діяльності часто використовується коефіцієнт кредитного впливу ($K_{кр}$). Він розраховується як відношення суми валютних надходжень до фактичної ціни товарів згідно з контрактом. Таке співвідношення враховує вплив низки факторів, серед яких: середньорічний відсоток за користування кредитом, термін погашення кредиту, розмір загальної вартості договору, що оплачується в кредит, тощо. Для розрахунку формули показник $K_{кр}$ є складними. Саме тому використовуються спеціальні таблиці, де зазначені розраховані значення цього коефіцієнта залежно від умов кредитування.

Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства можна використовувати методику, запропоновану Т.В. Миролубовою.

Найперше розраховується показник ефективності експорту [53, с. 92]:

$$E_1^{екс} = \frac{O_{в.ф} + B_p}{З_{екс}} \quad (1.3)$$

де $E_1^{екс}$ – показник економічної ефективності експорту;

$O_{в.ф.}$ – гривневий еквівалент відрахувань у валютний фонд підприємства, що розраховується шляхом перерахунку обсягу валюти у гривні згідно з курсом на день надходження валюти;

B_p – гривнева виручка від обов'язкового продажу валюти, грн;

$З_{екс}$ – повні затрати підприємства на експорт, грн.

$$E_2^{екс} = \frac{O_{екс}}{C_{екс}} \quad (1.4)$$

де $E_2^{екс}$ – економічна ефективність експорту;

$O_{екс}$ – обсяг експорту, виражений у внутрішніх середньорічних цінах, грн;

$C_{екс}$ – собівартість експортних товарів, грн.

$$E_3^{екс} = \left(\frac{O_{в.ф} + B_p - З_{екс}}{O_{в.ф} + B_p} \times 100\% \right) \times \frac{O_{в.ф} + B_p}{K_{екс}} \quad (1.5)$$

де $E_3^{екс}$ – показник економічної ефективності експорту;

$K_{екс}$ – середньорічна вартість основних виробничих і оборотних фондів, що використовуються в процесі виробництва експортної продукції, грн.

Прямий економічний ефект від можна визначити за такою формулою:

$$EE_{имп} = Ц_p - З_{имп}^{THC} \quad (1.6)$$

де $EE_{имп}$ – економічний ефект імпорту;

$Ц_p$ – ціна реалізації імпортованих товарів на внутрішньому ринку, грн;

$З_{имп}^{THC}$ – затрати на імпорт товарів, грн.

Таким чином, показник $EE_{имп}$ відображає обсяг прибутку, отриманий від реалізації імпортованих товарів. Зазначений показник варто використовувати для обґрунтування купівлі товарів і в процесі планування й прогнозування зовнішньоекономічної діяльності.

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

Наявність великої кількості суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності потребує створення ефективної системи державного регулювання, яка має мати відповідні інститути та інструменти регулювання таких експортно-імпортних операцій.

Валютне регулювання здійснюється з метою забезпечення збалансованості економіки та внутрішнього ринку України, стимулювання прогресивних структурних змін в економіці та створення максимально сприятливих умов для інтеграції економіки нашої держави в систему світового поділу праці та його наближення до ринкових структур розвинутих країн світу. Крім того, роль правового регулювання зовнішньої торгівлі полягає насамперед у державній підтримці галузей національного виробництва, оскільки сильна конкуренція з боку імпортних товарів унеможливорює підйом і функціонування національного виробництва. Практичне здійснення експортно-імпортних операцій товарів (продукції, послуг) в Україні здійснюється на основі застосування певних правових норм, встановлених у міжнародних та національних нормативних документах. Тому вивчення цих документів посідає важливе місце з питань організації та регламентації зовнішньоекономічної діяльності [64, с. 45].

Основні нормативно-правові акти, що регулюють здійснення зовнішньоекономічних операцій у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання, наведено в табл. 1.2.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється відповідно до статті 2 Закону України від 16 квітня 1991 року «Про зовнішньоекономічну діяльність» [22] з метою виконання таких завдань: забезпечення збалансованості економіки та збалансованості внутрішній ринок України; стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, особливо зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів внутрішньогосподарської

діяльності України; створення максимально сприятливих умов для інтеграції економіки України в систему світового поділу праці та наближення її до ринкових структур розвинених зарубіжних країн [22, ст. 2].

Таблиця 1.2

Нормативно-правове регулювання відносин у сфері управління
зовнішньоекономічною діяльністю підприємств

Нормативно-правовий акт	Характеристика
<i>1</i>	<i>2</i>
Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI [43]	Митний кодекс України, який діє з 2012 року, визначає засади організації та здійснення митної справи в Україні, регулює економічні, організаційно-правові, кадрові та соціальні аспекти діяльності митних органів 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, мита та митних зборів. Метою цього Кодексу є забезпечення додержання митницею, іншими державними органами, суб'єктами зовнішньоекономічної та громадянами прав та обов'язків у митній сфері
Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV [8]	Господарський кодекс України відповідно до Конституції України встановлює правові основи господарської діяльності (господарювання), що базуються на різноманітності суб'єктів господарювання різних форми власності. Господарський кодекс України спрямований на забезпечення зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва та його соціальної спрямованості відповідно до вимог Конституції України. утверджувати соціально-економічний лад в економічній системі України та сприяти її гармонізації з іншими економічними системами
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року № 959-XII [22]	Закон визначає принципи зовнішньоекономічної діяльності, окреслює коло її суб'єктів, визначає види зовнішньоекономічної діяльності та закріплює основи його регулювання, а також передбачає створення спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності та містить норми про відповідальність учасників зовнішньоекономічної діяльності та захист їх прав та інтересів
Закон України «Про міжнародне приватне право» від 23 червня 2005 року № 2709-IV [23]	Цей Закон встановлює порядок регулювання приватноправових відносин, які хоча б одним своїм елементом пов'язані з одним або декількома правові системи, ніж єдина українська правова система. Дія цього закону поширюється на такі питання, що виникають у сфері приватних правовідносин з іноземною особою: визначення застосовного права; процесуальна та дієздатність іноземців, осіб без громадянства та іноземних юридичних осіб; підсудність справ з іноземним елементом судам України; виконання судових доручень; визнання та виконання рішень іноземних судів в Україні

Продовження таблиці 1.2

1	2
Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21 червня 2018 року № 2473-VIII [19]	Цей Закон визначає правові основи здійснення валютних операцій, валютного регулювання та нагляду, встановлює права та обов'язки суб'єктів валютних операцій. відповідальність уповноважених установ за порушення валютного законодавства. Метою цього закону є забезпечення єдиної державної політики у сфері валютних операцій та вільного руху валюти на території України
Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» від 22 грудня 1998 року № 330-XIV [20]	Цей Закон визначає механізм захисту виробника національної продукції від демпінгового імпорту з інших країн, митні союзи чи економічні групи. Він регулює принципи та порядок ініціювання та проведення антидемпінгових розслідувань та застосування антидемпінгових заходів. Дія цього закону поширюється на ввезення товару, що є предметом демпінгу, якщо таке ввезення завдає шкоди вітчизняному виробнику аналогічного товару
Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» від 22 грудня 1998 року № 331-XIV [21]	Дія цього Закону поширюється на субсидований імпорт товару (товарів), що надходить з території країни походження або звідти до України вводиться на території країни-посередника. У разі, якщо товари не ввозяться безпосередньо з країни походження на митну територію України, а ввозяться в Україну через проміжну країну транзиту, одна або кілька операцій здійснюються, за можливості, між країною походження товару (товарів) і Україна

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

Закони, законодавчі та нормативно-правові акти визначають суб'єкти, об'єкти, принципи і функції регулювання того чи іншого виду діяльності, а також обов'язки юридичних і фізичних осіб.

Основним нормативно-правовим актом, який і сьогодні регулює зовнішньоекономічну діяльність, є Закон України від 16 квітня 1991 року «Про зовнішньоекономічну діяльність», який встановлює принципи зовнішньоекономічної діяльності, окреслює коло її суб'єктів та визначає види зовнішньоекономічної діяльності. , встановлює основи їх регулювання, а також встановлення спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності та норми щодо відповідальності учасників зовнішньоекономічної діяльності та захисту їх прав та інтересів [22].

Прийнявши цей закон, законодавець визначив однією з головних цілей

запровадження правового регулювання всіх видів зовнішньоекономічної діяльності в Україні, у тому числі зовнішньоторговельної, економічного та науково-технічного співробітництва, спеціалізації та кооперування у сфері виробництва, науки. і технології, економічні відносини у сфері будівництва, транспорту, експедиції, страхування, розрахункових, кредитних та інших банківських операцій і надання різноманітних послуг.

Важливу роль у регулюванні зовнішньоекономічної діяльності відіграє також Господарський кодекс України, який набрав чинності з 1 січня 2004 року. Останній містить загальні положення щодо правового регулювання зовнішньоекономічних відносин, закріплені у відповідному розділі VII Закону Господарського кодексу України [8].

Проте основу зовнішньоекономічного законодавства складають передусім положення Конституції нашої держави про те, що зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного та взаємовигідного співробітництва з учасниками міжнародного співтовариства відповідно до загальноприйнятих принципів і норм міжнародного права.

Основний Закон України надає великого значення зовнішньоекономічній діяльності та визначає, що її засади регулюються виключно законодавством України [22].

Правовою формою зовнішньоекономічної діяльності є зовнішньоекономічний контракт. В українському законодавстві та практиці використовуються різні поняття, які позначають, що це відносини між господарськими товариствами у сфері зовнішньоекономічної діяльності: «Зовнішньоекономічна угода» (ст. 45, 568 та 569 Господарського кодексу України), «Зовнішньоекономічна угода» » (ст. 567 ГК України), «Зовнішньоекономічний договір», «Договір про міжнародну торгівлю» тощо [8, ст. 45, 567, 568, 569].

Компанії, що працюють на міжнародних ринках, можуть утримати свою конкурентну позицію або створити власну стабільну нішу лише за умови

знання своєї цільової аудиторії та постійного комплексного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням різноманітних методів дослідження. Саме якісне інформаційне забезпечення дозволяє компаніям істотно знизити ризик невдач при прийнятті рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Однак для досягнення максимально безпомилкових результатів у процесі прийняття рішень на будь-якому рівні вже недостатньо використовувати традиційні схеми роботи з інформацією. Менеджер зовнішньоекономічної діяльності отримує великі обсяги даних, які необхідно перевіряти, систематизувати, фільтрувати, зберігати та використовувати. Існує проблема побудови інформаційної системи контролю зовнішньоекономічної діяльності на основі сучасних інформаційних технологій. Саме автоматизація процесу відтворення інформації та знань підвищує ефективність діяльності менеджера зовнішньоекономічної діяльності, що в свою чергу сприяє сталому розвитку компанії в умовах жорсткої конкуренції за рахунок створення нових та підтримки вже існуючих іноземних стосунків.

Як виявилось, чіткого трактування поняття інформаційного забезпечення менеджменту зовнішньоекономічної діяльності немає. У результаті вивчення літературних джерел [2; 5; 19] було дано таке визначення інформаційного забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю – йдеться про створення інформаційних умов для функціонування системи управління підприємством на основі інформаційних послуг у вигляді надання інформації, необхідної для розвитку та прийняття стратегічних, тактичних і оперативних рішень в інтересах визначення та продуктивної реалізації зовнішньоторговельних стратегій.

З проблемою отримання інформації стикається кожен керівник зовнішньоекономічної діяльності при виконанні своїх обов'язків. Тобто він відчуває потребу в інформації. Більшість потреб в інформації пов'язана з виконанням типових функцій менеджера ЗЕД. На цій основі можна розробити типові інформаційні потреби. Під типовими інформаційними

потребами менеджера зовнішньоекономічної діяльності ми розуміємо основні категорії інформації, які можуть знадобитися в середньостатистичному випадку при виконанні типових завдань менеджера зовнішньоекономічної діяльності. Саме ці інформаційні потреби повинні визначати структуру інформаційної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, вимоги до обсягу, якості, термінів і джерел її отримання, а також технології автоматизації [40, с. 25].

У табл. 1.3 наведені типові інформаційні потреби менеджера зовнішньоекономічної діяльності за його основними функціями та джерелом інформації.

Таблиця 1.3

Типові інформаційні потреби менеджера зовнішньоекономічної діяльності відповідно до його основної функції та джерела отримання інформації [40]

Функції 1	Інформаційні потреби 2	Джерела інформації 3
Аналіз попиту та пропозиції	Цільова аудиторія, ціновий сегмент, затрати на дослідження, конкуренти, партнери	Маркетингові дослідження, перегляд сайтів конкурентів
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

Продовження таблиці 1.3

1	2	3
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 імпорتنих 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 вдосконалення роботи менеджера доцільно автоматизувати виконання типових функцій та інформаційних потоків, які супроводжують весь процес розробки та прийняття рішень. Процес поступової автоматизації управління підвищує ефективність роботи керівника та його підлеглих, знижує ризики та покращує процес задоволення потреб клієнтів. Тому керівнику зовнішньоекономічної діяльності доцільно створити власну конфігурацію інформаційної системи, в якій буде зберігатися вся інформація, що має безпосереднє відношення до його діяльності [32, с. 173].

Така інформаційна система управління зовнішньоекономічною діяльністю сприятиме загальному розвитку компанії, підвищенню ефективності роботи як відділу зовнішньоекономічної діяльності в цілому, так і кожного співробітника, що працює з інформаційними технологіями, скороченню витрат часу на пошук необхідної інформації та її фільтрації, але перш за все для систематизації даних та надання якісної інформації для роботи менеджера зовнішньоекономічної діяльності.

Інформаційна система може бути реалізована як у традиційному паперовому варіанті, частково автоматизована, з використанням файлової системи зберігання інформації, так і повністю автоматизована при використанні сучасних інформаційних технологій для створення

інформаційного середовища для управління зовнішньоекономічною діяльністю.

З метою виявлення найбільш прийнятного програмного забезпечення для автоматизації діяльності менеджера зовнішньоекономічної діяльності досліджено пропозицію інформаційних технологій як вітчизняних, так і зарубіжних виробників на українському ринку. Основними критеріями відбору були такі [10, с. 70]: можливість побудови на базі програмного забезпечення такої інформаційної системи, яка б дала змогу задовольнити інформаційні потреби менеджера зовнішньоекономічної діяльності; здатність отримувати та збирати інформацію з встановлених джерел; можливість відтворення структури інформаційної системи; можливість інтеграції з основною обліковою системою компанії; витрати на реалізацію; довіра до виробника.

На підставі проведених досліджень було зроблено висновок, що за всіма встановленими параметрами програмне забезпечення «MD Office» є найбільш придатним для використання у сфері зовнішньоекономічної діяльності, як для малих, так і для середніх підприємств.

Таким чином, можна зробити висновок, що на основі теоретичного обґрунтування інформаційної структури системи для менеджера зовнішньоекономічної діяльності створено конфігурацію системи управління зовнішньоекономічною діяльністю на базі технологічної платформи «MD Office» використання якої пропонується керівнику, для створення інформаційних умов для функціонування системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. Використання зазначеної інформаційної системи дозволяє створити згруповану базу актуальної інформації, що відображає необхідні зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на діяльність керівника зовнішньоекономічної діяльності, з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Висновки до розділу 1

За результатами проведеного дослідження теоретичних основ управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Під зовнішньоекономічною діяльністю запропоновано розуміти особливу форму господарювання, а також економічну організацію міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють усі економічні операції між суб'єктами господарювання, а основними цілями є формування, розвиток і використання конкурентних переваг підприємства за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах.

2. Визначено, що зовнішньоекономічна діяльність є невід'ємним елементом господарської діяльності підприємств, регіонів і країни в цілому. На основі проведеного дослідження було встановлено, що сучасна наука виділяє три групи принципів зовнішньоекономічної діяльності: загальні, специфічні та національні. Загальні об'єднують науковість, системність та взаємовигідність. Специфічні закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами.

3. Узагальнено, що забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві може допомогти у вирішенні ряду стратегічних проблем економіки та підсилити конкурентну боротьбу серед виробників з метою впровадження передових технологій. За таких умов створення і функціонування ефективного організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства набуває ще більшої актуальності.

4. Обґрунтовано, що організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю варто розглядати як систему скоординованих економічних елементів (правил, методів, інструментів та закономірностей), які відображають особливості діяльності підприємства, та

їх взаємозв'язків і відповідно управління цими елементами з метою забезпечення високої ефективності діяльності підприємства в існуючому середовищі задля виконання поставленої мети. Якщо розглядати даний механізм з точки зору системного підходу, то він повинен мати певну структуру, яка визначає стійкі зв'язки і відносини всередині нього, основні напрями управлінських впливів, що забезпечує цілісність механізму і самототожність.

5. Доведено, що для визначення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства використовують системний підхід, що передбачає здійснення комплексного аналізу усіх видів зовнішньоекономічних операцій. Однак для будь-якого аналізу необхідно сформулювати критерії ефективності, оскільки критерій ефективності – це головна ознака, що відрізняє певний показник від інших класифікаційних одиниць.

6. Визначено, що інформаційна система управління зовнішньоекономічною діяльністю сприятиме загальному розвитку компанії, підвищенню ефективності роботи як відділу зовнішньоекономічної діяльності в цілому, так і кожного співробітника, що працює з інформаційними технологіями, скороченню витрат часу на пошук необхідної інформації та її фільтрації, але перш за все для систематизації даних та надання якісної інформації для роботи менеджера зовнішньоекономічної діяльності.

7. Обґрунтовано, що інформаційна система може бути реалізована як у традиційному паперовому варіанті, частково автоматизована, з використанням файлової системи зберігання інформації, так і повністю автоматизована при використанні сучасних інформаційних технологій для створення інформаційного середовища для управління зовнішньоекономічною діяльністю.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ

2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства

Компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є українським холдингом, лідером на українському ринку за продажем фруктових та овочевих соків, а також пюре для дитячого харчування. Підприємство являється лідером в категорії соків та нектарів. Основний офіс знаходиться в Одесі. Керівником та засновником компанії є Віталій Вінницький [48].

Організаційно-правова характеристика підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ наведена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Організаційно-правова характеристика СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Ознака	Характеристика
Повне найменування юридичної особи	СПІЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ВІТМАРК-УКРАЇНА В ФОРМІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Скорочена назва	СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	22480087
Дата реєстрації	09.08.2001 р.
Розмір статутного капіталу	88056 тис грн
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Основний: 10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків Інші: 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у. 46.75 Оптова торгівля хімічними продуктами
Місцезнаходження юридичної особи:	Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144

Таким чином, контрагент СП «Вітмарк-Україна» ТОВ зареєстровано 09.08.2001 р. за юридичною адресою: Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул. Миру, будинок 144. Розмір статутного капіталу складає 88056 тис грн. На момент останнього оновлення даних стан організації – не перебуває в процесі припинення [48].

Компанію СП «Вітмарк-Україна» ТОВ засновано 1994 року на базі Одеського консервного заводу дитячого харчування, що працює з 1928 року. У 90-ті роки компанія проводить на ОКЗДХ програму реконструкції та розширення виробничих потужностей. Завод оснащується італійським, фінським, шведським і німецьким обладнанням.

У травні 1995 р. створено першу упаковку соку Jaffa. Ця продукція розливалася в картонний пакет TetraPak. У 2002 р. компанія запустила лінійку соків під брендом Одеського консервного заводу дитячого харчування. З 2009 р. сік перейменовано на «Наш сік». У 2003 р. до складу холдингу входить Рахнянсько-Лісовий консервний завод, який стає основним центром з переробки фруктів та овочів для продукції, що випускається. У 2007 р. почато випуск соків для дітей «Чудо-Чад», а з 2008 р. запущено випуск води Aquarte. Восени 2010 р. компанія запускає виробництво соку для дітей під ТМ «Джусік». У 2013 р. почато випуск соків прямого віджиму «Прямо сік» [48].

Цього ж року компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ проходить сертифікацію на стандарт ISO 9001: 2008 та менеджменту безпеки харчової продукції ISO 22000: 2005, а в 2016 р. – сертифікаційний аудит на відповідність цим стандартам. Бренд пропонує такі товари: соки і нектари Jaffa, фруктові-ягідні смузі-пюре Jaffa Fruit Pouch без доданого цукру, збагачені вітамінами і рослинними екстрактами напої з соком Jaffa Vital, фруктові коктейлі Jaffa Smoothy.

У 2015 р. СП «Вітмарк-Україна» ТОВ посіла друге місце в переліку підприємств, які формують бюджет і мають стратегічне значення в формуванні економічного потенціалу Одеської області.

На підприємствах функціонують комплексні технологічні лінії з виробництва готової продукції: 13 ліній Tetra Pak, 1 ПЕТ hot-fill лінія, 1 сокова лінія з розливу в склотару, лінія з виробництва дитячого харчування, лінія Gualapack, а також ряд ліній з виробництва пюреподібних і концентрованих напівфабрикатів. Холдинг виробляє всі види концентрованих соків і пюре з місцевих сортів овочів і фруктів, закупаючи тропічну сировину.

Регіональні представництва компанії знаходяться в найбільших містах України, зокрема: Київ, Одеса, Харків, Львів, Рівне, Дніпро, Хмельницький, Запоріжжя, Миколаїв.

До складу холдингу входять [48]:

- СП «Вітмарк-Україна» ТОВ – є сновною виробничою та операційною одиницею холдингу;
- АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» (ОКЗДХ) – виконує розробку рецептур і контролює якість виробленої продукції;
- Кучурганський завод – основне виробниче підприємство холдингу. На заводі виробляється весь різновид продукції компанії та також відбувається переробка фруктів, ягід та овочів;
- Рахнянсько-Лісовий Консервний Завод – є центральним заводом, на якому переробляється сировина для подальшого виробництва продукції холдингу.

На успіх компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вплинув багаторічний досвід та використання сучасних технологій. Потужності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ облаштовані сучасним обладнанням. Підприємство використовує свою власну фруктову експертизу.

На заводах підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється [48]:

- виробництво соків;
- виробництво дитячого харчування;
- виробництво функціональної води;
- виробництво холодного чаю;

- виробництво рослинної альтернативи молоку.

Місія, стратегічні цінності компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлено на рис. 2.1.

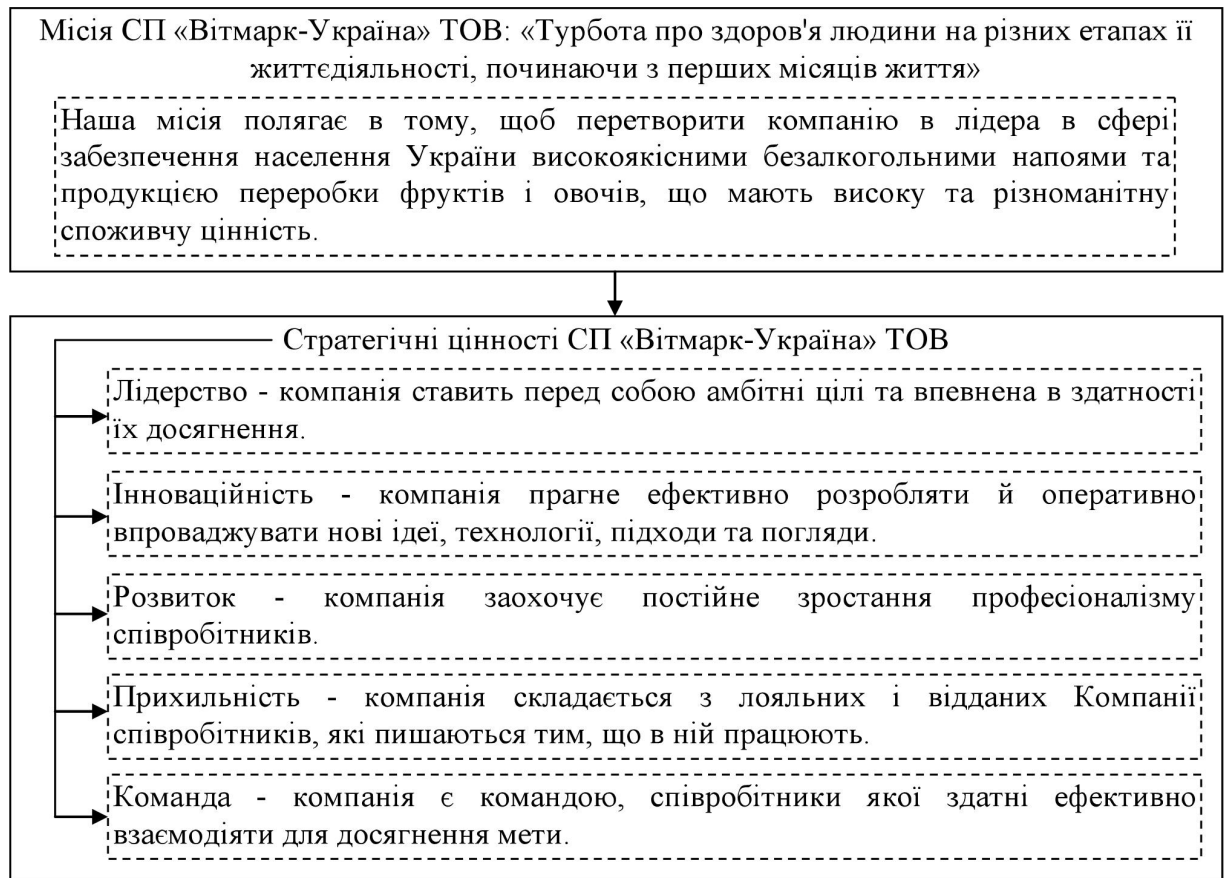


Рис. 2.1. Місія, стратегічні цінності компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ отримала більше 60 нагород на дегустаційних конкурсах смак, якості, інноваційні технології, а також на міжнародних виставках [48]. Політика розвитку компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ полягає в наступному:

- компанія орієнтована на людину і прагне сприяти здоровому способу життя своїх споживачів, створюючи продукцію найвищої якості;
- компанія цінує здатність своїх Лідерів сприяти професійній реалізації усіх членів колективу;
- компанія базує свою діяльність на розвитку в контексті розвитку організації усіх своїх співробітників;
- компанія орієнтована на процесний підхід, тобто кожен ставиться до

колеги по наступному етапу роботи, як до внутрішнього споживача;

- компанія постійно розвивається та впроваджує інноваційні продукти, сприйнятлива до нового і готова до змін;
- компанія прагне функціонувати максимально ефективною та раціонально використовувати людські, інформаційні, матеріальні та фінансові ресурси;
- компанія виступає спільнотою, готовою навчатися, та підвищувати свою цінність, шляхом безперервного зростання й професіоналізму кожного співробітника, вдосконалення взаємодії внутрішніх підрозділів і використання прогресивних технологій;
- кінцева мета реалізації політики Компанії в області якості і Харчової безпеки – створення продукції, що задовольняє безперервно мінливі запити споживачів на основі високої корпоративної культури;
- основною стратегічною метою є лідерство на ринку соку, шляхом постійного підвищення обсягу готової продукції, її якості та безпеки, а також постійного поліпшення й впровадження передових технологій для задоволення вимог споживача.

Організаційна структура корпоративного управління СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є основою системи управління, яка визначає склад, підпорядкованість та взаємодію її елементів, встановлює необхідну чисельність керівного персоналу, здійснює їх розподіл за підрозділами та регламентує адміністративні, функціональні та інформаційні зв'язки між працівниками апарату управління та структурних підрозділів, визначає права, обов'язки та відповідальність керівників тощо.

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ розділене на центри відповідальності за вертикальними зв'язками, тобто управління діяльністю підрозділів здійснюється одним центром – адміністративним апаратом.

Організаційна структура управління СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлена на рис. 2.2.

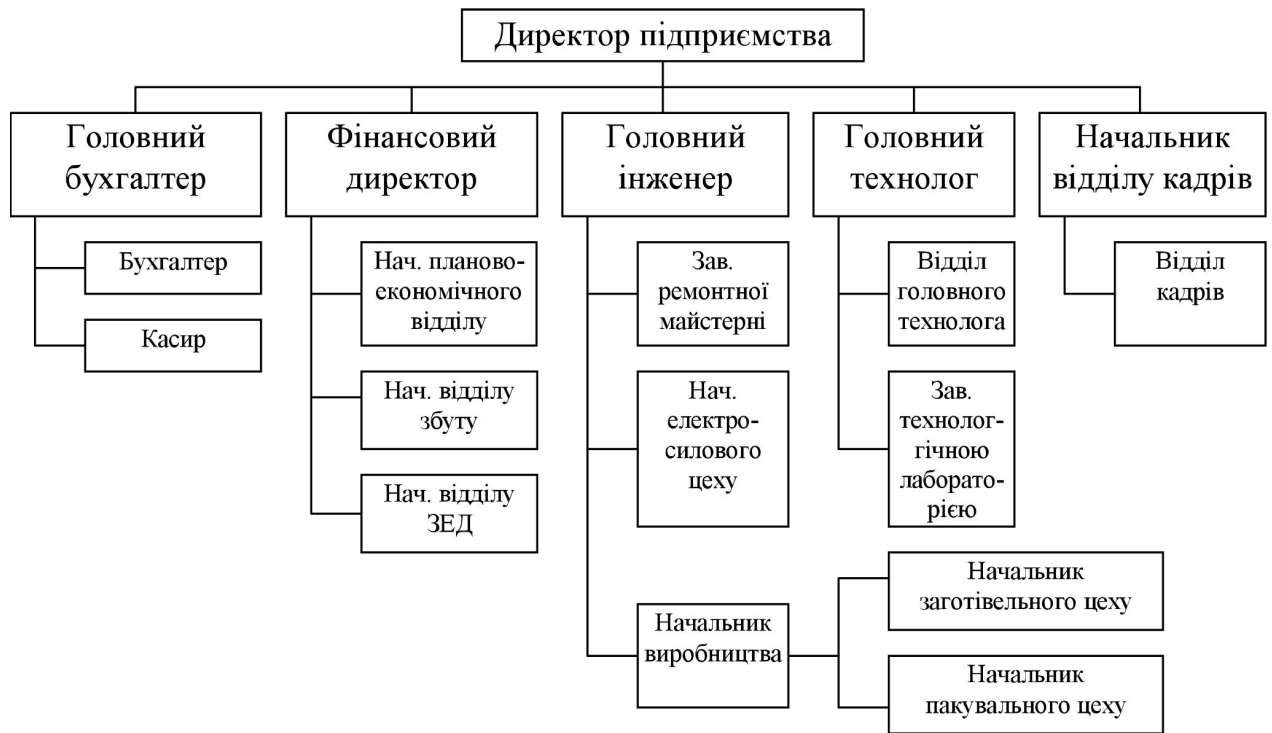


Рис. 2.2. Організаційна структура управління СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Однією з переваг організаційної структури СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є те, що кожен відділ організації докладає максимум зусиль для якісного використання своєї функції. Недоліком є збільшення загальних витрат через неминуче дублювання зусиль між різними частинами бізнесу, а також тривалий час, який потрібен вищому керівництву для прийняття рішень, коли вони рухаються вниз по ланцюжку від вищого до молодшого. СП «Вітмарк-Україна» ТОВ централізована.

Для визначення конкурентоспроможності експортованої продукції компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ варто зазначити основних конкурентів на міжнародному ринку. Для аналізу даного показника будемо розглядати та порівнювати діяльність компаній, які здійснюють експорт соків. Це основний напрям діяльності компанії, який приносить найбільшу частку прибутку від експорту продукції. Основними українськими конкурентами на міжнародному ринку соків є:

- PepsiCo (ТМ «Сандора», «Садочок», «Сандорик»);
- Vitmark (ТМ Jaffa, «Соковита», «Чудо-Чад», «Просто фрукти»,

«Наш сік», «Прямо сік»);

- Coca-Cola (TM Rich, Rich Kids, «Добрий»);
- T.B. Fruit (TM Galicia, TM Filvarok).

Порівняльна характеристика підприємств-конкурентів на зовнішніх ринках подана в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Показники основних конкурентів компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на ринку соків [47]

Показник	СП «Вітмарк-Україна» ТОВ	PepsiCo	Coca-Cola	T.B. Fruit
Частка ринку, %	1,19	0,78	0,85	1,84
Місце компанії на ринку, рейтинговий бал	105	127	97	78
Відносний приріст виручки/р., %	25,8	4,4	35,6	43,1
Поточна ліквідність, %	72,4	120,8	101,8	117
Абсолютна ліквідність, %	1,4	1,7	15,7	1,3
Рентабельність активів, %	2	8	14,4	9,6
Чиста маржа, %	3,5	4,2	8,4	3,3
Оборотність загальних активів	0,9	2	1,8	3,5

Отже, можна зазначити, що T.B. Fruit є найбільшим конкурентом на ринку соків, що лідирує по обсягу експорту продукції, також характеризується гнучкістю та активними маркетинговими розробками, фінансовою стабільністю.

Базою дослідження є СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Завданням наступного дослідження є оцінити конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках для цих конкурентів за різними показниками. Основні параметри оцінки факторів конкурентоспроможності продукції та результати представлено в табл. 2.3.

Порівнюючи внутрішній та зовнішній ринки можна сказати, що найбільшим конкурентом для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є компанія T.B. Fruit, яка виробляє соки Galicia.

Таблиця 2.3

Оцінка конкурентоспроможності продукції
СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за показниками

Параметри порівняння	Внутрішній ринок				Зовнішній ринок			
	База	Конкуренти			База	Конкуренти		
		1	2	3		1	2	3
Якість	4	4	5	5	4	3	4	5
Кількість	4	3	3	4	3	3	4	4
Унікальність	4	3	4	5	3	2	3	4
Асортимент	5	4	3	4	4	3	3	5
Сервіс	5	4	5	5	4	4	4	5
Надійність	5	5	5	5	4	5	4	5
Реклама	4	4	4	4	2	2	4	5
Імідж	3	5	4	5	4	4	4	5
Разом	34	32	33	37	28	26	30	38

Кількісні параметри розраховані в табл., 2.4 та мають такі умовні позначення: A_i - вагомість параметра; P_i - ранжування значення параметра (до 1,0); $A_i P_i$ - показники конкурентоспроможності.

Міжнародну конкурентоспроможність для українських компаній-експортерів соків розраховано у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Розрахунок міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємств-експортерів на ринку соків

Фактори конкурентоспроможності	Вагомість параметра	СП «Вітмарк-Україна» ТОВ		Конкуренти					
				PepsiCo		Coca-Cola		T.B. Fruit	
				P_i	$A_i P_i$	P_i	$A_i P_i$	P_i	$A_i P_i$
Якість	0,17	0,8	0,136	0,7	0,119	0,7	0,119	0,9	0,153
Кількість	0,06	0,8	0,048	0,6	0,036	0,7	0,042	0,8	0,048
Унікальність	0,21	0,8	0,168	0,8	0,168	0,7	0,147	0,9	0,189
Асортимент	0,12	0,9	0,108	0,7	0,084	0,8	0,096	0,9	0,108
Сервіс	0,09	0,8	0,072	0,7	0,063	0,7	0,063	0,9	0,081
Надійність	0,11	0,9	0,099	0,7	0,077	0,8	0,088	0,9	0,099
Реклама	0,14	0,7	0,098	0,6	0,084	0,7	0,098	0,9	0,126
Імідж	0,1	0,7	0,07	0,7	0,07	0,8	0,08	1	0,1
$\sum A_i P_i$	$\sum = 1,0$		$\sum = 0,8$		$\sum = 0,701$		$\sum = 0,733$		$\sum = 0,904$

За даною оцінкою ми отримали аналогічний результат, тобто на міжнародному ринку найбільшим конкурентом є компанія T.B. Fruit з

значенням обрахованого показника в розмірі 0,904. Однак компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ може лідирувати в інших показниках за умови покращення деяких показників, наприклад унікальність, реклама та підвищення іміджу та визнаваності торгової марки.

2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства

В першу чергу необхідно провести розрахунок основних економічних показників діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ згідно даних табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка основних економічних показників господарської діяльності

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, –	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	54123	63177	70124	16001,0	29,56
Валовий прибуток, тис. грн.	14171	18599	21620	7449,0	52,57
Чистий прибуток, тис. грн.	3583	5012	7676	4093,0	114,23
Середньорічна вартість:					
– необоротних активів;	16760	19579	17490	730,0	4,36
– оборотних активів	6886,5	6426,0	8766,0	1879,5	27,29
Фондовіддача, грн	3,23	3,23	4,01	0,78	24,15
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	7,86	9,83	8	0,14	1,78
Продуктивність праці, тис. грн.	149,51	177,96	226,21	76,70	51,30
Рентабельність господарської діяльності, %	6,62	7,93	10,95	4,33	x

Аналіз показав, що компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має сприятливий потенціал розвитку, про що свідчать дані показників чистого доходу від реалізації продукції, чистого прибутку. Зокрема в 2020 році чистий дохід від реалізації продукції становив 54123 тис.грн. В 2022 році відбулося збільшення чистого доходу на 16001 тис.грн або на 19,56 % в порівнянні з 2020 роком, що склало 70124 тис.грн. Чистий прибуток підприємства є значним, і як позитивне слід відмітити його зростання в 2020-2022 роках. Якщо в 2020 році він становив 3583 тис.грн., то в 2022 році

значення цього показника становило 7676 тис.грн. або на 114,23 % більше від рівня 2020 року. Слід відзначити, що підприємство є рентабельним, водночас в 2022 році спостерігалась тенденція до збільшення рівня рентабельності в порівнянні з 2020 роком на 4,33 пункти, що становило 10,95 %.

Аналіз динаміки активів та зобов'язань СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка формування активів та зобов'язань СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, –	%
Активи					
I. Необоротні активи	17328	21830	18788	1460	8,43
Основні засоби:	17328	17993	18788	1460	8,43
II. Оборотні активи	7233	5619	10992	3759	51,97
Запаси	3912	2241	5476	1564	39,98
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	100	45	160	60	60,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	121	193	348	227	187,60
Інша поточна дебіторська заборгованість	557	771	1088	531	95,33
Гроші та їх еквіваленти	42	57	3876	3834	9128,57
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	0	0	1004	1004	100,00
Разом	24561	27449	30780	6219	25,32
Зобов'язання					
I. Власний капітал	20749	20837	27380	6631	31,96
Зареєстрований капітал	1100	1100	1096	-4	-0,36
Додатковий капітал	8834	8564	8716	-118	-1,34
Нерозподілений прибуток	10815	11173	17564	6749	62,40
II. Поточні зобов'язання і забезпечення	3812	6612	3400	-412	-10,81
Короткострокові кредити банків	2113	4508	0	-2113	-100,00
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	592	412	304	-288	-48,65
Інші поточні зобов'язання	155	342	44	-111	-71,61
Разом	24561	27449	30780	6219	25,32

Аналіз показав, що у 2022 р. відбулося збільшення загальної вартості активів підприємства на 6219 тис.грн., або на 25,32 %, що становило

30780 тис.грн. В структурі активів найбільшу питому вагу займають основні, засоби вартість яких у 2022 р. становила 18788 тис.грн., що на 1460 тис.грн., або на 8,43 % більше, ніж у 2020 р. Що стосуються, зобов'язань, то їх основк становить власний капітал підприємства. Нерозподілений прибуток підприємства становив у 2022 р. 17564 тис.грн., що на 6749 тис.грн., або на 62,40 % більше, ніж у 2020 р.

Для дослідження і оцінки майнового стану СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за даними фінансової звітності можна використати показники, наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка показників майнового стану СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.
	2020	2021	2022	
Загальна вартість активів (майна), тис.грн.	24561	27449	30780	6219
Вартість необоротних активів, тис. грн.	17328	21830	18788	1460
Вартість оборотних активів, тис. грн.	7233	5619	10992	3759
Вартість матеріальних оборотних активів (запасів), тис. грн.	3912	2241	5476	1564
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	3279	3321	1599	-1680
Власний капітал, тис. грн.	20749	20837	27380	6631
Залучений капітал, тис. грн.	3812	6612	3400	-412
Поточні зобов'язання, тис. грн.	3812	6612	3400	-412
Робочий (чистий оборотний) капітал, тис. грн.	3421	-993	7592	4171
Частка власних оборотних активів	0,47	-0,18	0,78	0,31
Коефіцієнт співвідношення:				
необоротних і оборотних активів	2,40	3,89	1,71	-0,69
оборотних і необоротних активів	0,42	0,26	0,59	0,17

Аналіз показав, що загальна вартість майна (активів) підприємства збільшилась в 2022 році на 6219 тис.грн. порівняно з 2020 роком. Вартість необоротних активів в 2022 році зросла на 1460 тис.грн., а оборотних – на 3759 тис.грн. Робочий (чистий оборотний) капітал у 2022 році склав 7592 тис.грн, що на 4171 тис.грн. більше за рівень 2020 року. Отже слід відзначити, що підприємство є платоспроможним. Коефіцієнт надійності дебіторської заборгованості, значення якого в усіх звітних періодах більше за критичне,

також свідчить про надійність підприємства.

Аналіз головних показників ліквідності компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ будемо вести виходячи з даних табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка показників ліквідності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.
	2020	2021	2022	
Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	1,90	0,85	3,23	1,33
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,87	0,51	1,62	0,75
Коефіцієнт незалежної (забезпеченої) ліквідності	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,01	1,14	1,13
Чистий оборотний капітал, тис.грн.	3421	-993	7592	4171
Частка оборотних активів в загальній сумі активів	0,29	0,20	0,36	0,07

Як свідчить аналіз, підприємство СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має достатньо великий запас ліквідності. Водночас, не всі показники ліквідності знаходились в межах нормативу у 2020-2022 роках. Загальний коефіцієнт покриття є важливим показником платоспроможності. У 2022 році значення цього показника було в межах нормативу, а саме 3,23, що на 1,31 пункти більше, ніж у 2020 році. Значення коефіцієнту швидкої ліквідності, при нормативному значенні більше 0,5, у 2022 році становило 1,62, що більше ніж у 2020 році на 0,75. Слід відзначити, що підприємство у 2020-2022 роках не було забезпечене найбільш ліквідними засобами – грошовими коштами, оскільки показник абсолютної ліквідності мав значення нижче за критичне (більше 0,2). Чистий оборотний капітал підприємства у 2021 р. мав негативне значення в обсязі (-993) тис.грн. Частка оборотних активів в загальній сумі активів підприємства у 2022 р. становила 36 %, що на 7 % більше, ніж у базовому 2020 р.

Аналіз фінансової стійкості досліджуваного підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ будемо здійснювати з використанням інформації фінансової звітності підприємства та відобразимо у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Динаміка показників фінансової стійкості СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.
	2020	2021	2022	
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,84	0,76	0,89	0,05
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,16	0,24	0,11	-0,05
Коефіцієнт фінансової залежності	1,18	1,32	1,12	-0,06
Коефіцієнт концентрації поточної заборгованості	0,16	0,24	0,11	-0,05
Коефіцієнт фінансової стійкості (забезпечення загальної заборгованості власним капіталом)	5,44	3,15	8,05	2,61
Коефіцієнт фінансового левериджу (фінансового ризику)	0,18	0,32	0,12	-0,06
Коефіцієнт забезпечення запасів власним капіталом	0,87	-0,44	1,39	0,52
Коефіцієнт маневреності оборотних активів	0,47	-0,18	0,69	0,22
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,16	-0,05	0,28	0,12
Коефіцієнт маневреності позикового капіталу	0,90	-0,15	2,23	1,33

Як видно з табл. 2.9, СП «Вітмарк-Україна» ТОВ володіє значною фінансовою стійкістю. Про це свідчать основні показники фінансової стійкості підприємства. Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії, концентрації власного капіталу), має значення вище критичного в період 2020-2022 роки, та має стійке значення. Коефіцієнт фінансової залежності при нормативному значенні не більше 2,0 на підприємстві СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020 році мав значення 1,18, а у 2022 – 1,12, тобто відбулося зменшення значення цього показника на 0,06 пунктів. Це говорить про невеличку частку позичених коштів у фінансуванні підприємства. Найбільш стабільний фінансовий стан підприємство мало в 2022 році, коли показник фінансової стійкості дорівнював 8,05 при нормативному значенні $>1,0$. В цілому слід відзначити, що в 2020-2022 роках відбувається покращення фінансової стабільності майже по всіх показниках.

Надзвичайно важливим вимірником фінансової стабільності є аналіз та

оцінка ділової активності підприємства, що характеризується абсолютними і відносними показниками, що наведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Динаміка показників ділової активності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, –	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	54123	63177	70124	16001	29,56
Чистий прибуток, тис. грн.	3583	5012	7676	4093	114,23
Додана вартість, тис. грн.	12953	18154	22576	9623	74,29
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	7,86	9,83	8,00	0,14	1,78
Тривалість обороту оборотних активів, дні	46,44	37,13	45,63	-0,81	-1,74
Коефіцієнт оборотності запасів	14,24	20,54	15,30	1,06	7,44
Тривалість обороту запасів, дні	25,63	17,77	23,85	-1,78	-6,94
Коефіцієнт оборотності активів	2,29	2,43	2,62	0,33	14,41
Тривалість обороту активів, дні	159,47	150,24	139,27	-20,20	-12,67
Тривалість операційного циклу, дні	46,44	37,13	45,52	-0,92	-1,98
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	17,78	19,14	31,82	14,04	78,97
Термін погашення дебіторської заборгованості, дні	20,53	19,07	11,47	-9,06	-44,13
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	2,68	3,04	2,98	0,30	11,19
Тривалість обороту власного капіталу, дні	136,41	120,13	122,54	-13,87	-10,17
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	40,03	38,22	31,11	-8,92	-22,28
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, дні	9,12	9,55	11,73	2,61	28,62
Матеріаломісткість господарської діяльності	0,66	0,60	0,21	-0,45	-68,18
Трудомісткість господарської діяльності	0,17	0,20	0,25	0,08	47,06
Фондомісткість господарської діяльності	0,08	0,08	0,05	-0,03	-37,50

Дані табл. 2.10 показують, що в 2022 році підприємство СП «Вітмарк-Україна» ТОВ покращило свою діяльність і в першу чергу за рахунок нарощування обсягів господарської діяльності. Про це свідчить дані показників чистого доходу від реалізації продукції та фінансового результату

від господарської діяльності. Зростання показників обсягів господарської діяльності призвело до скорочення інших операційних витрат підприємства, що призвело до зростання чистого фінансового результату. Додана вартість підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ, також, має тенденцію до зростання, оскільки у 2022 році відбулося її збільшення на 9623 тис.грн., або на 74,29 %, що склало 22576 тис.грн.

Про успіхи у формуванні ділової активності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ свідчать дані розрахунку коефіцієнтів оборотності активів підприємства. Зокрема, коефіцієнт оборотності оборотних активів, що характеризує можливість вивільнення їх з господарської діяльності та шляхи більш ефективного використання коштів в 2020 році склав 7,86 оборотів, а в 2022 році підвищився до 8,00 обороти, тобто на 0,14 обороти. Коефіцієнт оборотності запасів має більш стабільне значення, і у 2022 році становить 15,30 обороти. Загальні активи підприємства характеризуються досить високими термінами оборотності, оскільки у 2022 році відбулося їх пришвидшення на 20,20 дня. Тривалість операційного циклу підприємства становить 45,52 дня, що на 1,98 % менше, ніж у 2020 році. Така позитивна тенденція свідчить про прискорення кругообігу фінансових ресурсів.

Аналіз рівня прибутковості та ефективності господарської діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Динаміка показників рентабельності та ефективності господарської діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.
	2020	2021	2022	
<i>I</i>	2	3	4	5
Валова рентабельність витрат основної діяльності, %	35,47	41,72	44,57	9,10
Коефіцієнт окупності витрат основної діяльності	2,82	2,40	2,24	-0,58
Рентабельність операційної діяльності, %	9,31	12,01	17,48	8,17
Рентабельність господарської діяльності, %	8,65	11,16	17,34	8,69
Рентабельність підприємства, %	7,21	8,84	12,80	5,59

Продовження таблиці 2.11

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Чиста рентабельність доходу від реалізації продукції, %	6,62	7,93	10,94	4,32
Рентабельність активів, %	15,15	19,27	28,68	13,53
Коефіцієнт покриття витрат операційної діяльності	0,91	0,89	0,85	-0,06
Коефіцієнт покриття адміністративних витрат	0,11	0,12	0,10	-0,01
Коефіцієнт покриття витрат на збут	0,05	0,05	0,05	0,00
Коефіцієнт покриття активів	0,44	0,41	0,38	-0,06
Співвідношення адміністративних витрат і собівартості реалізованої продукції	0,16	0,17	0,14	-0,02
Співвідношення витрат на збут і собівартості реалізованої продукції	0,07	0,08	0,08	0,01
Загальна економічна рентабельність, %	18,17	24,32	39,15	20,98
Комерційна рентабельність, %	10,72	13,26	44,57	33,85

З табл. 2.11 видно, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є рентабельним. Основним показником, який характеризує валовий прибуток, є валова рентабельність. Цей показник визначає рівень, на який підприємство може збільшити операційний прибуток шляхом зниження адміністративних витрат і витрат на збут. Як видно, в 2022 році валова рентабельність становить 44,57 %, що на 9,10 пунктів більше рівня 2020 року. Показники рентабельності основної, операційної, звичайної, господарської діяльності мають високе значення, що говорить про високу ефективність господарювання підприємства.

Коефіцієнт покриття визначається як відношення витрат підприємства, які формують собівартість реалізованої продукції, до суми продажу, одержаної підприємством, і показує, скільки витрат здійснює підприємство щоб одержати одну гривню від реалізованої продукції. Відношення чистого доходу до витрат характеризується коефіцієнтом окупності витрат підприємства. Коефіцієнти покриття витрат операційної діяльності мають стабільне значення в 2020-2022 роках і коливаються в межах 0,85-0,91.

Таким чином, результати проведеного аналізу головних показників прибутковості компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ дають можливість

стверджувати про те, що підприємство є ефективним і покриває власні витрати за рахунок власних доходів, що і знаходить своє відображення в зростанні чистого прибутку. Результати аналізу фінансового стану підприємства дали можливість стверджувати, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має надзвичайно стабільний стан щодо співвідношення власного капіталу і поточних зобов'язань.

2.3. Оцінка системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Результати проведеного дослідження засвідчили, що підприємство СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснює зовнішньоекономічну діяльність в сфері виробництва та експорту продукції власного виробництва (фруктових та овочевих соків, а також пюре для дитячого харчування). Основою зовнішньоекономічної діяльності підприємства є здійснення експорту продукції до провідних країн світу.

Дослідження показали, що основним завданням зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є отримання максимального прибутку за рахунок підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій. Основою ефективності системи управління СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є її надійність, що забезпечує управління процесами планування всіх з'єднань системи в різних умовах експлуатації. З метою забезпечення надійності системи управління ЗЕД СП «Вітмарк-Україна» ТОВ її оцінку необхідно проводити за всіма елементами, що її складають, акцентуючи увагу на основних показниках ефективності та надійності.

Система управління зовнішньоекономічною діяльністю СП «Вітмарк-Україна» ТОВ являє собою поєднання мережі та системи управління, створеної компанією для реалізації зовнішньоекономічної стратегії.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності (ВЕД) не є самостійним структурним підрозділом компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Це частина

адміністративного апарату. Його основним завданням є управління ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи корпоративного управління. Цей відділ безпосередньо не займається транспортуванням вантажів, митними процедурами тощо. Зазвичай він обслуговує планування, організацію та координацію ЗЕД [60, с. 67].

Основними завданнями Відділу ЗЕД СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є наступні [30, с. 93]:

1. Участь у розробці стратегії зовнішньоекономічної діяльності компанії.
2. Сприяння розвитку зовнішньоекономічних операцій з метою прискорення їх соціально-економічного розвитку.
3. Управління експортно-імпортним потенціалом підприємства, його постійне зміцнення та розвиток.
4. Забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з контрактів і угод з іноземними партнерами.
5. Вивчення кон'юнктури зовнішніх ринків, збір і накопичення відповідної інформації.
6. Організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності.
7. Здійснення рекламних заходів.
8. Організація протокольних заходів тощо.

У нашому огляді організаційна структура управління Відділу ЗЕД СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлена на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Організаційна структура управління відділу зовнішньоекономічної діяльності підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Кожен із секторів (груп) Відділу ЗЕД СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має конкретні завдання та виконує відповідні функції [17; 20; 28].

Наприклад, сектор комерції повинен забезпечувати виконання зобов'язань за міжнародними договорами та угодами, брати участь у підготовці та проведенні торгових переговорів; договірною організацією поставок і контроль їх виконання; розгляд експортних та імпорتنих скарг тощо.

Сектор економічного розвитку залучається до складання прогнозів та планів економічного розвитку компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ; аналіз ефективності експортно-імпорتنих операцій; контроль за виконанням плану; валютний контроль тощо.

Сектор маркетингу як провідний відділ компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вивчає кон'юнктуру світових ринків, бере участь у формуванні цін на експортну продукцію, у розробці та проведенні рекламних заходів, аналізі конкурентів та можливостей для переміщення товарів тощо.

Завдання науково-технічного сектору наступні: вивчення технічних вимог до товару, що працює на світовому ринку; аналізує технічний рівень і якість продукції, її конкурентоспроможність, бере участь у розробці пропозицій щодо оновлення виробництва, випуску нової продукції тощо.

Відділ протоколу готує та організовує протокольні заходи, виконує доручення управління СП «Вітмарк-Україна» ТОВ щодо зустрічей, прийомів та відправок представників іноземних компаній, які прибули з візитом на підприємство.

Отже, в процесі діагностики зовнішньоекономічної діяльності підприємства потрібно здійснити аналіз: динаміки структури чистих доходів від експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020-2022 рр., географічної структури експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020-2022 рр., динаміки чистих доходів за видовою структурою експортної діяльності, частки чистого прибутку від експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Динаміка структури чистих доходів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у цілому та від експортної діяльності зокрема у 2020-2022 рр. наведено в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Динаміка структури чистих доходів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ
у 2020-2022 рр.

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, –	%
Чистий дохід, тис. грн.	54123	63177	70124	16001	29,56
Чистий дохід від експорту, тис. грн.	31483	33572	39459	7976	25,33
Частка чистого доходу від експорту у сукупному чистому доході, %	58,17	53,14	56,27	-1,90	x
Чистий дохід від реалізації на внутрішньому ринку, тис. грн.	22640	29605	30665	8025	35,45
Частка чистого доходу від реалізації на внутрішньому ринку у чистому доході, %	41,83	46,86	43,73	1,90	x

За результатами проведеного аналізу встановлено, що чистий дохід від здійснення експортної діяльності на підприємстві впродовж 2020–2022 рр. завжди зростав. У 2022 р. відбулося зростання чистого доходу від експортної діяльності на 7976 тис.грн., або на 25,33 %, що становило 39459 тис.грн. Частка чистого доходу від експортної діяльності у сукупному чистому доході підприємства перебуває в межах 53,14 % - 58,17 % протягом 2020–2022 років, що засвідчує експортоорієнтовану направленість СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на зовнішньоекономічну діяльність. Обсяги реалізації продукції на внутрішньому ринку України у 2022 р. становили 30665 тис.грн., що становило 43,73 % у сукупних доходах підприємства.

Динаміка та структура експортної діяльності в географічному розрізі підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020-2022 рр. представлена в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Динаміка та структура експортної діяльності в географічному розрізі

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020-2022 рр.

Країни	2020		2021		2022		2022 р. до 2020 р.		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	П-т. стр-ри
Німеччина	4219	13,4	4029	12,0	2763	7,0	-1456	-34,51	-6,4
Молдова	2486	7,9	2863	8,6	3723	9,4	1237	49,76	1,5
Грузія	2140	6,8	2491	7,4	3264	8,3	1124	52,52	1,5
Китай	1795	5,7	2119	6,3	2802	7,1	1007	56,10	1,4
Латвія	2832	9,0	3235	9,7	4182	10,6	1350	47,67	1,6
Литва	2001	6,4	2342	7,0	3079	7,8	1078	53,87	1,4
США	1655	5,3	1970	5,9	2619	6,6	964	58,25	1,3
Ірак	1102	3,5	1371	4,1	1881	4,8	779	70,69	1,3
Польща	963	3,1	1223	3,7	1698	4,3	735	76,32	1,2
Ізраїль	825	2,6	1074	3,2	1513	3,8	688	83,39	1,2
Таджикистан	789	2,5	1035	3,1	1469	3,7	680	86,19	1,2
Інші країни	10669	33,9	9825	29,4	10467	26,5	-202	-1,89	-7,4
Разом	31483	100	33459	100	39459	100	7976	25,33	х

Підприємство СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є лідером за експортом соків та напоїв в Україні. Експорт компанії відбувається у більше ніж 48 країн світу. Аналіз показав, що найбільший обсяг експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснювало з контрагентами з Латвії, Молдови, Грузії та Литви. Так, обсяги експорту продукції до Латвії у 2022 р. зросли на 1350 тис.грн., або на 47,67 %, що склало 4182 тис.грн.; до Молдови - зросли на 1237 тис.грн., або на 49,76 %, що склало 3723 тис.грн.; до Грузії - зросли на 1124 тис.грн., або на 52,52 %, що склало 3264 тис.грн. Дещо менші значення обсягів експорту продукції відбувались до інших країн, таких як Ірак, Польща, Ізраїль, Таджикистан. Слід зазначити, що за останній рік значно скоротились обсяги експорту продукції до Німеччини, що слід пов'язувати з ускладненнями у митно-тарифному регулюванні постачання продукції до цієї країни.

Аналіз показав, що найбільшу питому частку чистого доходу від зовнішньоекономічної експортної діяльності підприємства у 2020-2021 рр. було забезпечено за рахунок торговельних операцій з Латвією та Молдовою.

На їхню частку припадало відповідно 10,6 % та 9,4 % у 2022 р.

Динаміку та структуру експортної діяльності за видами продукції у компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020-2022 рр. можна представити в табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Динаміка та структура експортної діяльності за видами продукції

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2020-2022 рр.

Продукція	2020		2021		2022		2022 р. до 2020 р.		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	П-т. стр-ри
Соки ТМ «Jaffa»	6334	20,1	6240	18,7	6834	17,3	500	7,89	-2,8
Соки ТМ «Наш сік»	5425	17,2	5584	16,7	6842	17,3	1417	26,12	0,1
Дитяче харчування ТМ «Чудо-Чад»	3441	10,9	3824	11,4	6029	15,3	2588	75,21	4,4
Соки та смузі ТМ «Jaffa Kids»	3388	10,8	2493	7,5	4202	10,7	814	24,03	-0,1
Дитячі нектари «Джусік»	1754	5,6	2315	6,9	3291	8,3	1537	87,63	2,7
Соки ТМ «Соковита»	4178	13,3	4343	13,0	4072	10,3	-106	-2,54	-3,0
Вода ТМ «Aquate»	1502	4,8	2001	6,0	1484	3,8	-18	-1,20	-1,0
Фруктові напівфабрикати	1266	4,0	1522	4,6	1985	5,0	719	56,79	1,0
Рослинне молоко «Vega Milk»	1747	5,6	2014	6,0	2750	7,0	1003	57,41	1,4
Інша продукція	2449	7,8	3122	9,3	1969	5,0	-480	-19,60	-2,8
Разом	31483	100	33459	100	39459	100	7976	25,33	x

За результатами аналізу даних табл. 2.14, можна дійти висновку, що найбільший обсяг чистого доходу від експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ одержано від збуту соків ТМ «Наш сік», а саме на суму 6842 тис.грн., що на 1415 тис.грн., або на 26,12 % більше, ніж у 2020 р. Також, вагомим є експорт соків ТМ «Jaffa» в сумі 6834 тис.грн., що на 500 тис.грн., або на 2,8 % менше, ніж у 2020 р. Водночас, в динаміці найбільше зростання у обсягах експортної діяльності за аналізований період

спостерігалось за наступними видами продукції: дитяче харчування ТМ «Чудо-Чад» – на 2588 тис.грн., або на 75,21 %; дитячі нектари «Джусік» – на 1537 тис.грн., або на 87,63 %; рослинне молоко «Vega Milk» – на 1003 тис.грн., або на 57,41 %.

Аналіз показав, що найбільша питома вага чистого доходу від експортної діяльності підприємства спостерігається від реалізації соків ТМ «Наш сік», у 2020 р. – 17,2 %, у 2021 р. – 16,7 %, у 2022 р. – 17,3 %. Найменша частка чистого доходу від експортної діяльності підприємства у 2022 р. отримана від реалізації фруктових напівфабрикатів – 5,0 % та води ТМ «Aquarte» - 3,8 %.

В контексті проблематики дослідження проведемо аналіз ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Для цього необхідно здійснити розрахунок основних показників-індикаторів доходів та витрат, отриманих підприємством СП «Вітмарк-Україна» ТОВ від здійснення експортної діяльності та порівняти їх з метою визначення чистого фінансового результату.

Динаміка показників ефективності здійснення зовнішньоекономічної експортної діяльності підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за 2020-2022 рр. представлена у табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Динаміка показників ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за 2020-2022 рр.

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, –	%
<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Чистий дохід від зовнішньоекономічної діяльності, тис. грн.	31483	33572	39459	7976	25,33
Повні витрати на здійснення зовнішньоекономічної діяльності, тис. грн., в т.ч.:	29616	31168	35403	5787	19,54
- вартість експортованої продукції;	22470	23049	24764	2294	10,21
- витрати на митні формальності при експорті продукції;	1516	1830	2245	729	48,09
- витрати на управління та збут продукції;	5630	6290	8394	2764	49,09

Продовження таблиці 2.15

1	2	3	4	5	6
Частка вартості в повних витратах зовнішньоекономічної продукції, %	75,87	73,95	69,95	-5,92	-7,80
Частка витрат на митні формальності в повних витратах зовнішньоекономічної продукції, %	5,12	5,87	6,34	1,22	23,83
Частка витрат на управління та збут в повних витратах експортної продукції, %	19,01	20,18	23,71	4,70	24,72
Чистий прибуток від зовнішньоекономічної діяльності, тис.грн.	1867	2404	4056	2189	117,25
Рентабельність зовнішньоекономічної діяльності, %	5,93	7,16	10,28	4,35	x
Витратомісткість експортної продукції, %	94,07	92,84	89,72	-4,35	x

За результатами проведеного дослідження встановлено, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється достатньо раціонально. Зокрема, чистий дохід від реалізації експортної продукції у 2022 р. становив 39459 тис.грн., що на 7976 тис.грн., або на 25,33 % більше, ніж у 2020 р.

Також, спостерігалось зростання повних витрат при експорті продукції на 5787 тис.грн., або на 19,54 %, що склало 35403 тис.грн. Таким чином, темпи зростання чистого доходу перевищують темпи збільшення повних витрат, що будемо вважати свідченням підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Аналіз показав, що чистий прибуток від зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має тенденцію до збільшення у 2022 р. на 2189 тис.грн., або на 117,25 % в порівнянні з 2020 р.

Таким чином, рентабельність зовнішньоекономічної діяльності виражається співвідношенням чистого прибутку до обсягів чистого доходу від реалізації експортної продукції. Зафіксовано певне підвищення ефективності здійснення експортних операцій, а саме на 4,35 пункти, що

свідчить про те, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства є ефективною.

Слід відмітити, що в структурі повних витрат від здійснення зовнішньоекономічної діяльності спостерігались деякі негативні зрушення. Отже, встановлено значне зростання частки витрат на збут в повних витратах експортної продукції. Встановлені зрушення можуть опосередковано засвідчувати про певні проблеми в системі управління збутовою зовнішньоекономічною діяльністю, що вимагає її оптимізації в діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

2.4. Напрями підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Дослідження показали, що виробництво рослинного молока є одним з перспективних напрямів диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Рослинне молоко виготовляється компанією за прогресивною технологією під ТМ «Vega Milk». У виробництві «Vega Milk» компанія не використовує інгредієнти тваринного походження. Замість них – злаки, горіхи та фрукти. Впродовж декількох років, технологи СП «Вітмарк-Україна» ТОВ разом з європейськими спеціалістами, працювали над рецептурами, аби «Vega Milk» був не просто смачним, а й надзвичайно корисним. Адже цінні харчові волокна злаків, вітаміни, мінерали, амінокислоти – усе найцінніше, чим природа наділила рослинни, повністю збережено в складі «Vega Milk».

На світовому ринку рослинних аналогів молока лідерами є компанії The Hain Celestial Group, Koninklijke Wessanen, Organic Valley Cropp Cooperative, SunOpta, OATLY, Califia Farms, Eden Foods, Danone, Earth's Own Food Company, Blue Diamond Growers та ін. За оцінкою фахівців Future Market Insight, перспективними завданнями для лідерів ринку є зниження кількості алергенів у напоях, зокрема в соєвому, завдяки чому планується збільшити

цільову групу споживачів [52].

Дослідження засвідчили, що на європейському ринку аналогів рослинного молока сформувалась ситуація, коли досить значна частка цього ринку є фальсифікованою продукцією. Останніми роками фальсифікація харчових продуктів стала проблемою світового масштабу. Зростання кількості населення, погіршення сировинної бази, зростаючий попит і пропозиція на продукти харчування, а також поява менш визначуваних методів фальсифікації – все це погіршує ситуацію [51].

За обсягами фальсифікованої продукції лідерство займають Балканські країни, що демонструє рис. 2.4.

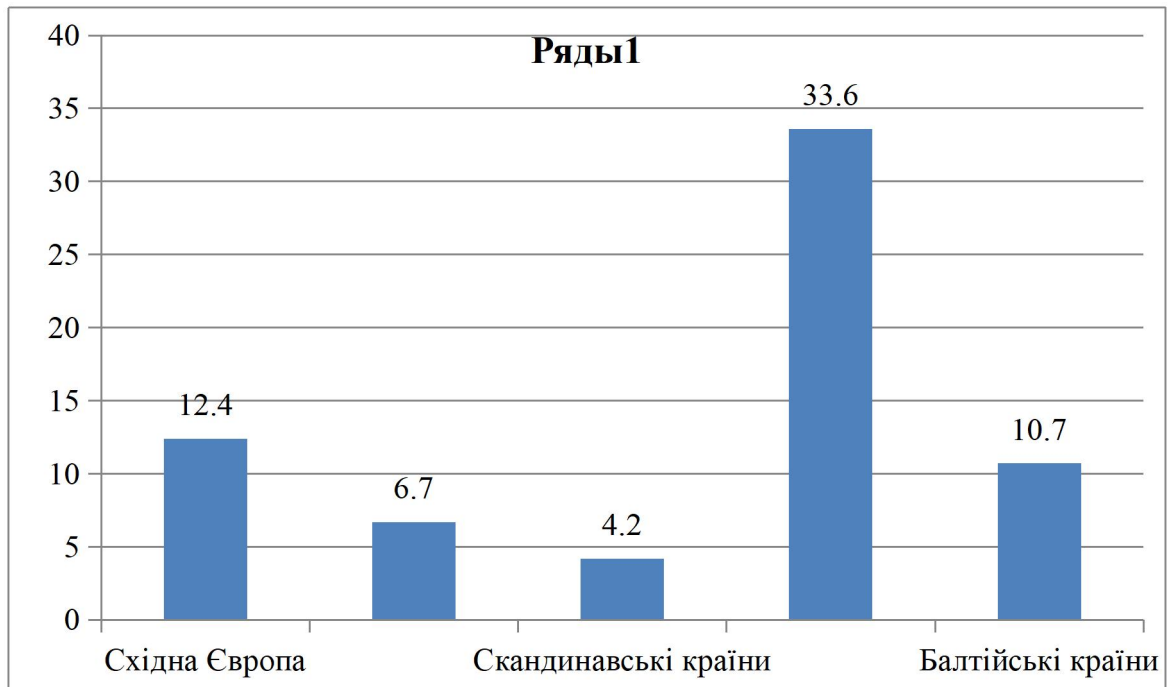


Рис. 2.4. Розподіл ринків Європи за наявністю фальсифікованих аналогів рослинного молока у 2022 р., % [50]

Таким чином, аналіз показав, що питома вага контрафактної продукції, а саме аналогів рослинного молока на ринку Балканських країн сягає 33,6 %, що є найвищим відсотком з усіх регіонів Європи. Найменший показник, а саме 4,2 % зафіксовано в Скандинавських країнах, а також у країнах Західної Європи. Країни Східної Європи та Прибалтики посідають проміжне місце [50].

Таким чином, враховуючи ситуацію, яка складеться на регіональному ринку Балканських країн, вважаємо, що одним з перспективних напрямів розвитку вітчизняних підприємств-виробників аналогів рослинного молока може бути налагодження експорту якісної продукції до цих країн.

В контексті проблематики дослідження розглянемо статистичні дані щодо обсягів платоспроможного попиту та фактичного експорту аналогів рослинного молока з України до Балканських країн, що представлено у табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Показники обсягів платоспроможного попиту та фактичного експорту аналогів рослинного молока з України до Балканських країн, млн дол. США

Показники	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+, -	%
Обсяг платоспроможного попиту на аналоги рослинного молока в Балканських країнах, млн дол. США	523,1	557,6	562,3	578,9	588,3	65,20	12,46
Обсяг фальсифікованої продукції на внутрішньому ринку Балканських країн, млн дол. США	40,8	47,8	50,5	53,1	56,8	16,00	39,43
Загальний обсяг експорту аналогів рослинного молока до Балканських країн, млн дол. США	123,5	144,7	152,9	160,8	172,2	48,70	39,43
Обсяг експорту України до Балканських країн, млн дол. США	1,4	1,3	1,6	1,5	1,7	0,30	21,43
Рівень задоволення внутрішнього попиту на аналоги рослинного молока в Балканських країнах, %	23,61	25,95	27,19	27,78	29,27	74,69	316,37
Питома вага України в обсягах експорту аналогів рослинного молока до Балканських країн, %	1,13	0,90	1,05	0,93	0,99	1,87	54,34

Отже, за результатами проведеного дослідження встановлено, що рівень задоволення внутрішнього попиту на аналоги рослинного молока в Балканських країнах у 2022 р. становить лише 29,27 %. Водночас, значна частка попиту задовольняється за рахунок постачання фальсифікованої продукції на внутрішньому ринку Балканських країн. Питома вага України в обсягах експорту аналогів рослинного молока до Балканських країн

становить лише 1 %. За таких умов можна стверджувати, що перспективним напрямом виходу на зарубіжні ринки компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є постачання аналогів рослинного молока до Балканських країн.

За результатами проведеного дослідження результатів діяльності та асортименту продукції підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ (зокрема, такої асортиментної групи товарів, як рослинне молоко «Vega Milk») можна надати певні рекомендації щодо покращення конкурентоспроможності продукції, що спрямовується на експорт (рис. 2.5).

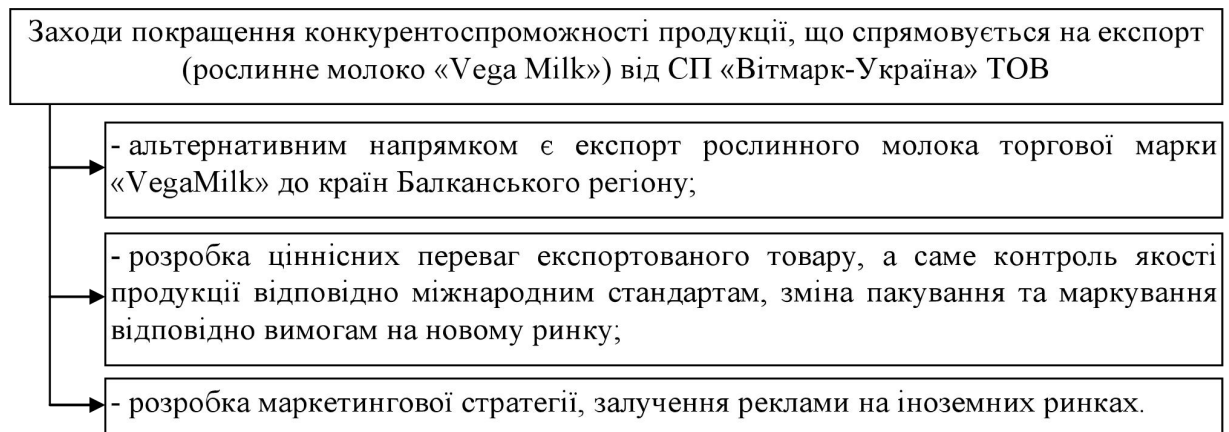


Рис. 2.5. Заходи покращення конкурентоспроможності продукції, що спрямовується на експорт (рослинне молоко «Vega Milk») від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Отже, використовуючи зазначені вище стратегічні заходи компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ досягатиме підвищення конкурентоспроможності нової продукції на міжнародному ринку та підвищення прибутків компанії.

Компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ виготовляє 11 найменувань рослинного молока Vega Milk: на основі злаків, горіхів і з додаванням фруктів. Продукція є 100% натуральною. Особливістю даного продукту є відсутність цукру, низький вміст жиру, чистий склад без консервантів. Є відмінним джерелом енергії [3].

Загальна характеристика продукції, що пропонується до експорту СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до Балканських країн представлена у табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Загальна характеристика продукції, що пропонується до експорту

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до Балканських країн

Продукт	Характеристика
Vegamilk Вівсяне 	Рослинний напій, зроблений з віса, який: - містить 12 незамінних амінокислот; - є джерелом вітамінів В, що покращують ефективність обміну речовин; - багатий клітковиною, яка сприяє нормалізації травлення. Склад продукту: вода з природного джерела, борошно вівсяне, олія соняшникова, сіль морська. Строк придатності 12 місяців. Зберігати за температури від 0 °С до 25 °С та відносній вологості повітря не більше 75 %. Після відкриття пакет зберігати за температури від 2 °С до 6 °С, продукт вжити протягом 3-х днів
Vegamilk Гречане 	Рослинний напій, зроблений з гречки, яка: - є джерелом білків високої якості, що легко засвоюються; - багата нерозчинними волокнами, які сприяють нормалізації травлення; - містить вітаміни В та В6, які дуже корисні для серцево-судинної системи. Склад продукту: вода з природного джерела, борошно гречане, олія соняшникова, сіль морська. Строк придатності 12 місяців. Зберігати за температури від 0 °С до 25 °С та відносній вологості повітря не більше 75 %. Після відкриття пакет зберігати за температури від 2 °С до 6 °С, продукт вжити протягом 3-х днів
Vegamilk Мульти-злакове 	Рослинний напій, зроблений зі злаків, які: - гречка є джерелом білків високої якості, що легко засвоюються; - рис містить 8 незамінних амінокислот; - овес багатий клітковиною, яка сприяє нормалізації травлення. Склад продукту: вода з природного джерела, борошно гречане, борошно рисове, борошно вівсяне, борошно пшеничне, олія соняшникова, сіль морська. Строк придатності 12 місяців. Зберігати за температури від 0 °С до 25 °С та відносній вологості повітря не більше 75 %. Після відкриття пакет зберігати за температури від 2 °С до 6 °С, продукт вжити протягом 3-х днів

Дослідження ринку країн Балканського регіону визначило основні його переваги перед іншими напрямками експортної діяльності: лояльність до українських натуральних продуктів та відносна близькість за розташуванням.

Таким чином, перспективами подальшого розвитку бізнесу в сегменті реалізації злакових напоїв «Vega Milk» для підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вважаємо розширення експорту та охоплення країн

Балканського регіону, що має забезпечити фінансовий результат, який би був більшим, ніж при збуті цієї продукції всередині України.

Для створення резерву підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності розробимо умови здійснення альтернативної експортної операції, що відповідає профілю підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Почнемо з вибору цільового ринку з трьох потенційних країн-контрагентів на основі вибору за політичними, економічними, географічними, соціальними та іншими критеріями. Детально ці критерії наведено у табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні альтернативної експортної операції для підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

№	Фактори	Болгарія	Албанія	Чорногорія
1	Потенціал збуту	+++	++	+
2	Конкуренція	++	+	++
3	Обмежувальна політика щодо імпорту	-	-	-
4	Географічна відстань	+	+	+
5	Стан економічних процесів	+++	+	++
6	Ліберальність валютної політики	++	+	+
7	Стабільність валютного курсу	++	+	-
8	Політичні ризики	+	+-	-

Для потенційного експорту було вибрано 3 Балканські країни: Болгарія, яка набирає економічної потужності та відкриває свої ринки для укріплення міжнародних відносин; Албанія, яка має не надто потужні зовнішньоекономічні зв'язки з Україною та Чорногорія, яка є найменш розвинутою в економічному напрямі країною Балканського регіону.

В результаті проведеного аналізу, доцільно вибрати першу країну – Болгарію, з високим попитом на дану продукцію, невеликою географічною віддаленістю та позитивними зрушеннями в економіці серед інших країн Балканського регіону.

В розробці даної операції варто розглянути прямий метод її здійснення, адже СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має можливість встановити безпосередні зв'язки з кінцевим споживачем його продукції в Болгарії, що також дасть

змогу оперативно реагувати на коливання попиту на ринку імпортера.

Розробляючи альтернативну операцію щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» було враховано багато факторів для того, щоб експортна операція підприємства була рентабельною. Тому варто прорахувати ефективність та ефект від запропонованої поставки для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Умови експортного контракту щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» наведені у табл. 2.19.

Таблиця 2.19

Умови альтернативної експортної операції щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2023 р.

Параметр експортної операції	Значення
Найменування товару	Злакові напої (в асортименті вівсяне, гречане, мультизлакове) «Vega Milk»
Країна-імпортер	Болгарія
Ціна за одиницю, Євро	2,07
Загальна кількість, од.	45000
Умови постачання	FOB Одеса
Курс НБУ на час здійснення платежів грн/Євро	34,67 грн

Таким чином, було встановлено, що за умовами експортного контракту між компанією СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та його болгарським контрагентом у 2023 р. буде поставлено 45000 од. (пакетів) злакових напоїв «Vega Milk» за умовами FOB Одеса. Вартість однієї одиниці була встановлена на рівні 2,07 євро за пакет.

Ціна однієї одиниці продукції такого типу на внутрішньому ринку України станом на 01.05.2023 р. становить 70 грн. Вартість витрат на транспортування товару до Одеси – 1,0 % від вартості контракту.

Виробничі витрати експортної операції щодо постачання злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2023 р. представлені у табл. 2.20.

Таблиця 2.20

Витрати, пов'язані з виробництвом злакових напоїв «Vega Milk» на території України, у % до вартості контракту за внутрішніми цінами у 2023 р.

Витрати	Значення
Витрати на пакування за оновленими параметрами упаковки	8%
Матеріальні та амортизаційні витрати експортера	10%
Витрати на оплату праці	20%
Відрахування від ФОП	22% від ФОП

Отже, сукупні витрати на реалізацію злакових напоїв «Vega Milk» на території України становлять 15% вартості контракту за внутрішніми цінами.

Ефективність альтернативної експортної операції щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2023 р. та її розрахунки будуть представлені у вигляді табл. 2.21.

Таблиця 2.21

Визначення ефективності альтернативної експортної операції щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2023 р.

№	Показники	Розрахунок	Результати розрахунку
1	2	3	4
1	Кількість одиниць товару (КТ)	з умов контракту	45000
2	Контрактна ціна (КЦ), Євро./од.	з умов контракту	2,07
3	Фактурна вартість, Євро	$КТ * КЦ = 45000 * 2,07$	93150
3.1	Фактурна вартість, грн	$ФВ \text{ Євро} * КВ = 93150 * 34,67$ грн	3229510
4	Курс валюти (КВ), грн/Євро	прогноз	34,67
5	Виробнича собівартість (ВС), грн	$ФВ * \text{Виробничі витрати} = 93150 * (8\% + 10\% + 20\% + (22\% * 8\%)) * 34,67 \text{ грн}$	2185087
6	Додаткові витрати, пов'язані з експортом товару (ЕВ), грн	$ФВ * \text{Витрати на транспортування} = 93150 * 1\% * 34,67 \text{ грн}$	32295
7	Ціна реалізації на внутрішньому ринку (Ц _{вр}), грн/од.	-	70,00
8	Вартість контракту за внутрішніми цінами (В _{вр}), грн	$КТ * Ц_{вр} = 45\,000 * 70,00$	3150000
9	Витрати, пов'язані з реалізацією товарів на внутрішньому ринку (В _{твр}), грн	$В_{вр} * 15\%$	472500

Продовження таблиці 2.21

1	2	3	4
10	Ефективність операції, разів:		
	- при продажу на зовнішньому ринку	$\Phi B / (BC + EB) = 3229510 / (2185087 + 32395)$	1,45
	- при продажу на внутрішньому ринку	$B_{вр} / (BC + B_{Твр}) = 3150000 / (2185087 + 472500)$	1,18
11	Ефект від операції, грн.:		
	- при продажу на зовнішньому ринку	$\Phi B - (BC + EB)$	1012028
	- при продажу на внутрішньому ринку	$B_{вр} - (BC + B_{Твр})$	492413

Визначивши ефективність запропонованої експортної операції для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ, можемо зробити висновок, що операція з постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у плановому 2023 р. буде ефективною, на що вказує значення коефіцієнта ефективності 1,45, а економічний ефект від даної операції буде складати 1012028 тис.грн. Якщо ж порівняти цю експортну операцію з ефективністю реалізації партії злакових напоїв «Vega Milk» на національному ринку, то тут коефіцієнт ефективності буде становити 1,18, що значно нижче за показник для зовнішнього ринку. Таким чином, підприємству СП «Вітмарк-Україна» ТОВ варто спрямовувати свою продукцію на закордонні ринки, зокрема на зовнішній ринок однієї з балканських країн - Болгарії, для отримання більшого прибутку і, відповідно, більшої рентабельності продажу своєї продукції.

Враховуючи результати розрахованих показників альтернативної експортної операції щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2023 р. можна представити прогноз показників експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» на три роки вперед, тобто на 2024-2025 рр.

Прогнозні обсяги постачання злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» наступні:

- 2024 р. – 45000 од. продукції;

- 2025 р. – 60000 од. продукції;

Визначимо ефективність запропонованих заходів як для звичайної діяльності з експорту злакових напоїв «Vega Milk», так і з експорту продукції до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» (табл. 2.22).

Таблиця 2.22

Розрахунок впливу запропонованих заходів на загальні показники ефективності експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Сума до змін	1 рік (план на 2024 р.)		2 рік (план на 2025 р.)		2024 р. до 2022 р.	2025 р. до 2022 р.
		Сума від експорту до Болгарії	Загальна сума експорту товарів	Сума від експорту до Болгарії	Загальна сума експорту товарів		
Чистий дохід від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн.	2750,00	3229,51	5979,51	4306,01	7056,01	3229,51	4306,01
Повні витрати на здійснення експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн.	2548,00	2217,48	4765,48	2956,64	5504,64	2217,48	2956,64
Чистий прибуток від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис.грн.	202,00	1012,03	1214,03	1349,37	1551,37	1012,03	1349,37
Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk», %	7,34	31,34	20,30	31,34	21,99	12,96	14,65
Витратомісткість експортної продукції, грн..	0,93	0,69	0,80	0,69	0,78	-0,13	-0,15

Таким чином, в якості «суми до змін» було використано фактичні дані величини експорту рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2022 р. (приймаємо, що у поточному 2023 р. ця величина не зміниться).

«Сума після змін» відображає показники діяльності компанії, які зазнали змін за наступні 2 роки за рахунок загального впливу заходів щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

до контрагента з Болгарії – компанії «VTS». При цьому, окремо розраховуємо показники «сума від експорту до Болгарії» та «загальна сума експорту товарів» (з урахування експорту до Болгарії та інших країн в цілому). Це дозволить нам виявити вплив диверсифікації експортної діяльності на ринок Болгарії на формування показників ефективності експортної діяльності» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у планових 2024-2025 рр.

Як бачимо, з кожним роком після впровадження заходів відбувається збільшення ефективності. Зокрема, обсяги чистого доходу від експорту рослинного молока «Vega Milk» у плановому 2024 р. зростуть на 3229,51 тис.грн., а у плановому 2025 р. – на 4306,01 тис.грн. Обсяги повних витрат від експорту рослинного молока «Vega Milk» у плановому 2024 р. зростуть на 2217,48 тис.грн., а у плановому 2025 р. – на 2956,64 тис.грн. Чистий прибуток від експорту рослинного молока «Vega Milk» у плановому 2024 р. зросте на 1012,03 тис.грн., а у плановому 2025 р. – на 1349,37 тис.грн.

Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk» матиме істотне зростання. Якщо її значення до змін становило 7,34 %, то після змін вона матиме наступні значення: плановий 2024 р. – 20,30 % (на 12,96 % більше); плановий 2025 р. – 21,99 % (на 14,65 % більше).

Водночас, витратомісткість експортної продукції матиме істотне скорочення. Якщо її значення до змін становило 0,93 грн., то після змін вона матиме наступні значення: плановий 2024 р. – 0,80 грн. (на 0,13 грн. менше); плановий 2025 р. – 0,78 грн. (на 0,15 грн. менше).

Отже, програма з оптимізації зовнішньоекономічної діяльності є ефективною і принесе економію витрат та збільшення прибутку компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Також варто зазначити, що диверсифікація експортної діяльності щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» може розглядатись, як напрямок подальшої експансії компанії на ринки Балканського регіону.

Висновки до розділу 2

За результатами проведеної аналітичної оцінки стану та напрямів удосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є українським холдингом, лідером на українському ринку за продажем фруктових та овочевих соків, а також пюре для дитячого харчування. Підприємство являється лідером в категорії соків та нектарів. На заводах підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється: виробництво соків; виробництво дитячого харчування; виробництво функціональної води; виробництво холодного чаю; виробництво рослинної альтернативи молока.

2. Аналіз показав, що компанія СП «Вітмарк-Україна» має сприятливий потенціал розвитку, про що свідчать дані показників чистого доходу від реалізації продукції, чистого прибутку. Зокрема в 2020 році чистий дохід від реалізації продукції становив 54123 тис.грн. В 2022 році відбулося збільшення чистого доходу на 16001 тис.грн або на 19,56 % в порівнянні з 2020 роком, що склало 70124 тис.грн. Чистий прибуток підприємства є значним, і як позитивне слід відмітити його зростання в 2020-2022 роках. Слід відзначити, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є рентабельним, водночас в 2022 році спостерігалась тенденція до збільшення рівня рентабельності в порівнянні з 2020 роком на 4,33 пункти, що становило 10,95 %.

3. Узагальнено, що система управління зовнішньоекономічною діяльністю СП «Вітмарк-Україна» ТОВ являє собою поєднання мережі та системи управління, створеної компанією для реалізації зовнішньоекономічної стратегії. Відділ зовнішньоекономічної діяльності (ВЕД) не є самостійним структурним підрозділом компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Це частина адміністративного апарату. Його основним завданням є управління ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи корпоративного управління.

4. Встановлено, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється ефективно. Зокрема, чистий дохід від реалізації експортної продукції у 2022 р. становив 39459 тис.грн., що на 7976 тис.грн., або на 25,33 % більше, ніж у 2020 р. Зафіксовано певне підвищення рентабельності здійснення експортних операцій, а саме на 4,35 пункти, що свідчить про те, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства є ефективною.

5. Перспективами подальшого розвитку бізнесу в сегменті реалізації злакових напоїв «Vega Milk» для підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вважаємо розширення експорту та охоплення країн Балканського регіону, що має забезпечити фінансовий результат, який би був більшим, ніж при збуті цієї продукції всередині України. В результаті проведеного аналізу, доцільно вибрати країну – Болгарію, з високим попитом на дану продукцію, невеликою географічною віддаленістю та позитивними зрушеннями в економіці серед інших країн Балканського регіону.

6. Визначено, що операція з постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у плановому 2023 р. буде ефективною, на що вказує значення коефіцієнта ефективності 1,45, а економічний ефект від даної операції буде складати 1012028 тис.грн. Якщо ж порівняти цю експортну операцію з ефективністю реалізації партії злакових напоїв «Vega Milk» на національному ринку, то тут коефіцієнт ефективності буде становити 1,18, що значно нижче за показник для зовнішнього ринку.

7. Доведено, що програма з оптимізації зовнішньоекономічної діяльності є ефективною і принесе економію витрат та збільшення прибутку компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Також варто зазначити, що диверсифікація експортної діяльності щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» може розглядатись, як напрямок подальшої експансії компанії на ринки Балканського регіону.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження напрямів забезпечення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що зовнішньоекономічна діяльність є невід'ємним елементом господарської діяльності підприємств, регіонів і країни в цілому. На основі проведеного дослідження було встановлено, що сучасна наука виділяє три групи принципів зовнішньоекономічної діяльності: загальні, специфічні та національні. Загальні об'єднують науковість, системність та взаємовигідність. Специфічні закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами.

2. Обґрунтовано, що організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю варто розглядати як систему скоординованих економічних елементів (правил, методів, інструментів та закономірностей), які відображають особливості діяльності підприємства, та їх взаємозв'язків і відповідно управління цими елементами з метою забезпечення високої ефективності діяльності підприємства в існуючому середовищі задля виконання поставленої мети. Якщо розглядати даний механізм з точки зору системного підходу, то він повинен мати певну структуру, яка визначає стійкі зв'язки і відносини всередині нього, основні напрями управлінських впливів, що забезпечує цілісність механізму і самототожність.

3. Доведено, що для визначення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства використовують системний підхід, що передбачає здійснення комплексного аналізу усіх видів зовнішньоекономічних операцій. Однак для будь-якого аналізу необхідно сформулювати критерії ефективності, оскільки критерій ефективності – це головна ознака, що відрізняє певний показник від інших класифікаційних одиниць.

4. Визначено, що інформаційна система управління

зовнішньоекономічною діяльністю сприятиме загальному розвитку компанії, підвищенню ефективності роботи як відділу зовнішньоекономічної діяльності в цілому, так і кожного співробітника, що працює з інформаційними технологіями, скороченню витрат часу на пошук необхідної інформації та її фільтрації, але перш за все для систематизації даних та надання якісної інформації для роботи менеджера зовнішньоекономічної діяльності.

5. Обґрунтовано, що інформаційна система може бути реалізована як у традиційному паперовому варіанті, частково автоматизована, з використанням файлової системи зберігання інформації, так і повністю автоматизована при використанні сучасних інформаційних технологій для створення інформаційного середовища для управління зовнішньоекономічною діяльністю.

6. Аналіз показав, що компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має сприятливий потенціал розвитку, про що свідчать дані показників чистого доходу від реалізації продукції, чистого прибутку. Зокрема в 2020 році чистий дохід від реалізації продукції становив 54123 тис.грн. Чистий прибуток підприємства є значним, і як позитивне слід відмітити його зростання в 2020-2022 роках. Слід відзначити, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є рентабельним, водночас в 2022 році спостерігалась тенденція до збільшення рівня рентабельності в порівнянні з 2020 роком на 4,33 пункти, що становило 10,95 %.

7. Узагальнено, що система управління зовнішньоекономічною діяльністю СП «Вітмарк-Україна» ТОВ являє собою поєднання мережі та системи управління, створеної компанією для реалізації зовнішньоекономічної стратегії. Відділ зовнішньоекономічної діяльності (ВЕД) не є самостійним структурним підрозділом компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Це частина адміністративного апарату. Його основним завданням є управління ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи корпоративного управління.

8. Встановлено, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється ефективно. Зокрема, чистий дохід від реалізації експортної продукції у 2022 р. становив 39459 тис.грн., що на 7976 тис.грн., або на 25,33 % більше, ніж у 2020 р. Зафіксовано певне підвищення рентабельності здійснення експортних операцій, а саме на 4,35 пункти, що свідчить про те, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства є ефективною.

9. Перспективами подальшого розвитку бізнесу в сегменті реалізації злакових напоїв «Vega Milk» для підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вважаємо розширення експорту та охоплення країн Балканського регіону, що має забезпечити фінансовий результат, який би був більшим, ніж при збуті цієї продукції всередині України. В результаті проведеного аналізу, доцільно вибрати країну – Болгарію, з високим попитом на дану продукцію, невеликою географічною віддаленістю та позитивними зрушеннями в економіці серед інших країн Балканського регіону.

10. Визначено, що операція з постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у плановому 2023 р. буде ефективною, на що вказує значення коефіцієнта ефективності 1,45, а економічний ефект від даної операції буде складати 1012028 тис.грн. Якщо ж порівняти цю експортну операцію з ефективністю реалізації партії злакових напоїв «Vega Milk» на національному ринку, то тут коефіцієнт ефективності буде становити 1,18, що значно нижче за показник для зовнішнього ринку.

11. Доведено, що програма з оптимізації зовнішньоекономічної діяльності є ефективною і принесе економію витрат та збільшення прибутку компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Також варто зазначити, що диверсифікація експортної діяльності щодо постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» може розглядатись, як напрямок подальшої експансії компанії на ринки Балканського регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анісімова О. М., Вітка Н. Є. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності високотехнологічного підприємства : монографія. Донецьк : Ноулідж (донецьке відділення), 2011. 175 с.
2. Батанова Л. О. Фінансовий контроль у сфері державної митної справи : монографія. Чернівці : Технодрук, 2015. 153 с.
3. Булкат М. Загальна характеристика зовнішньоекономічної функції України і суб'єкти її реалізації. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Юридичні науки. 2022. Вип. 93. С. 87–91.
4. Васюренко В. О. Теоретичні узагальнення щодо розуміння сутності поняття «зовнішньоекономічна діяльність підприємства». Механізм регулювання економіки. 2018. № 2. С. 214–220.
5. Вітлінський В. В., Верченко П. І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2017. 292 с.
6. Герасименко А. Л. Зовнішньоекономічна стратегія держави: проблема визначення. Держава і право. Юридичні і політичні науки. 2017. Вип. 59. С. 535–539
7. Гордополов В. Ю. Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності резидентів України. Ефективна економіка. 2016. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
8. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
9. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник. Київ : ЦУЛ, 2019. 336 с.
10. Гуцул І. А. Теоретичні засади зовнішньоекономічної діяльності. Інноваційна економіка. 2022. № 9 (35). С.67-71.
11. Дахно І. І., Алієва-Барановська В. М. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2018. 356 с.
12. Державний комітет статистики. Зовнішньоекономічна діяльність.

URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm

13. Дроздов Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2012. 382 с.

14. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посібник. Київ: ЦУЛ, 2022. 172 с.

15. Дроздова Ю.І. Диверсифікація як напрямок стратегічного розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Вісник ЖДТУ. 2015. №74. С. 121-124.

16. Єрмаченко В. Є. Облік і техніка зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник. Харків : ІНЖЕК, 2019. 479 с.

17. Журавель А. В. Особливості правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Південноукраїнський правничий часопис. 2014. №3. С. 85-89.

18. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Зовнішньоекономічна діяльність. Київ : Кондор, 2017. 168с.

19. 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>

20. 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>

21. 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>

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

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

24. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман; за ред. І. В. Багрової . Київ : Центр навч. л-ри, 2014. 580 с.

25. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : підручник для вузів /

за редакцією І. В. Багрової. Київ : Центр навч. л-ри, 2014. 580 с.

26. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон : колективна монографія / за ред. Козака Ю. Г. Київ : ЦУЛ, 2017. 240 с.

27. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон монографія. Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. К.: Центр учбової літератури, 2016. 240 с.

28. Зосимова Ж. С. Проблеми та умови покращення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Економіка. Управління. Інновації. 2018. Вип. №2 (10). URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.

29. Каталог товарів категорії «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. URL: <https://vegamilk.com/catalog/>

30. Кириченко К. О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Київ: «Знання», 2018. 518 с.

31. Ключник А. В. Регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектора в умовах євроінтеграційних процесів України. Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. 2013. № 4. С. 11–15.

32. Ковтун Е. О. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. В. 6, Ч. 1. С. 172–174.

33. Крикунова В.М. Чинники, динаміка і структура зовнішньоторговельної діяльності підприємств України. Економічні інновації. 2021. С. 92–101.

34. Лагодієнко В. В, Галушко О. В. Адаптація зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств Миколаївської області до умов зовнішнього ринку. Таврійський науковий вісник. 2019. Вип.67. С. 308-313.

35. Лагодієнко В. В. Підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності за допомогою впровадження концепції

маркетингу. Бізнес-Навігатор. 2019. №1(33). С. 237–243.

36. Лагодієнко В. В., Кіщак, І. Т., Шевчук С. П. Зовнішньоекономічна діяльність : регіональний аспект : за заг.ред. І.Т.Кіщака. Миколаїв: Іліон, 2014. 436 с.

37. Лепеха М. О., Свириденко Г. М. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України за експортоорієнтованою стратегією. Молодий вчений. 2017. №5 (45). С. 655-658.

38. Мазаракі А. А. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ : колективна монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ, 2018. 309 с.

39. Мазаракі А.А. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі : колективна монографія. Київ : КНТЕУ, 2015. 470 с.

40. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : колективна монографія. Луганськ : Ноулідж. 2011. 210 с.

41. Машталір Я. П. Формування структури механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю машинобудівного підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 5. Т. 2. С. 54–57.

42. Мельник О.Г., Смерека Л.В. Диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. №1. С. 59-68.

43. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>

44. Міжнародна макроекономіка : навчальний посібник / за ред. Козака Ю. Г., Пахомова Ю. М., Логвінової Н. С. Київ : ЦУЛ, 2012. 340 с.

45. Міжнародна торгівля : підручник / за ред. Ю. Г. Козака. Київ-Катовіце-Краків : ЦУЛ, 2015. 272 с.

46. 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>

47. Офіційний сайт Асоціації «Союз виробників сокової продукції України». URL: <https://www.svspu.org.ua>

48. Офіційний сайт компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. URL: <https://vitmark.com/>

49. Петрина Н. В. Зовнішньоекономічна діяльність як предмет правового регулювання. Часопис Київського університету права. 2014. №1. С. 174-179.

50. Попит на рослинне молоко в світі. URL: <https://infagro.com.ua/ua/2020/04/03/popit-na-roslinne-moloko-zrostaye/>

51. Ринок рослинного молока в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-rastitelnogo-moloka-v-ukraine-dlya-teh-komu-ne-trebuetsya-posrednichestva-korovy>

52. Ринок рослинного молока в Україні: для тих, кому не потрібне посередництво корови. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-rastitelnogo-moloka-v-ukraine-dlya-teh-komu-ne-trebuetsya-posrednichestva-korovy>

53. Рум'янцев А. П., Рум'янцева Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2019. 292 с.

54. Ткаченко О. Особливості формування системи державного управління зовнішньоекономічною діяльністю в умовах розвитку міжнародних інтеграційних процесів. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2021. № 4. С. 168–175.

55. Трифонова О. В., Швець В. Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2015. 152 с.

56. Тульчинська С. О., Кириченко С. О., Дубенець В. П. Напрями активізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Агросвіт. 2018. №6. С. 28-31.

57. Тюріна Н. М., Карвацка Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 408 с.

58. Тюріна Н. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства :

навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2015. 365 с.

59. Українське рослинне молоко Vega Milk хоче захопити ринок Китаю. URL: <https://agrotimes.ua/tvarinnitstvo/ukrayinske-roslynne-moloko-vega-milk-hoche-zbilshyty-prysutnist-u-kytayi/>

60. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства: навч. посібник / Ю. В. Орловська, Г. В. Дугінець, П. А. Фісуненко, О. А. Варламова; за ред. д-ра екон. наук, проф. Ю. В. Орловської; ДВНЗ «Придніпровська держ.акад. буд-ва і архіт.». Д.: АРТ-ПРЕС, 2017. 302 с.

61. Управління ризиками в митній справі: зарубіжний досвід та вітчизняна практика : колективна монографія / за заг. ред. І. Г. Бережнюка. Хмельницький : Мельник А. А., 2014. 287 с.

62. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2012. 448 с.

63. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2017. 304 с.

64. Шкурупій О. В., Гончаренко В. В., Артеменко І. А. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.

65. Яковлєв А. І. Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД. Фінанси України. 2014. № 9. С. 25–27.

ДОДАТКИ

		Додаток А.3	
		КОДИ	
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2020
Територія Одеська обл.		за ЄДРПОУ	22480087
Організаційно-правова форма господарювання ТОВ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.32
Адреса, телефон Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2020 року		Форма №1	Код за ДКУД 1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби:	1010	16192	17328
первісна вартість	1011	34888	37840
знос	1012	18700	20512
Інвестиційна нерухомість	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи	1020		
первісна вартість	1021		
знос	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	16192	17328
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	3688	3912
Виробничі запаси	1101		
Незавершене виробництво	1102		
Готова продукція	1103		
Товари	1104		
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестрахування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	160	100
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	1130	100	121
з бюджетом	1135	2092	2501
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахований доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	456	557
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	44	42
Готівка	1166		
Рахунки в банках	1167		
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180		
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних витрат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	6540	7233
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття			
БАЛАНС	1300	22732	24561

Пасив	Код рядка	На кінець звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	1100	1100
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал в дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	8716	8834
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	9888	10815
Неоплачений капітал	1425		
Вилучиний капітал	1430		
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	19704	20749
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви	1530		
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531		
резерв збитків або резерв належних витрат	1532		
резерв незароблених премій	1533		
інші страхові резерви	1534		
Інвестиційні контракти	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	1296	2113
Векселі видані	1605		
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	368	592
товари, роботи, послуги	1615	252	338
розрахунки з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунки зі страхування	1625	148	127
розрахунки з оплати праці	1630	392	487
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640		
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	184	155
Усього за розділом III	1695	3024	3812
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
БАЛАНС	1900	22732	24561

		Додаток А.4	
		КОДИ	
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2021
Територія Одеська обл.		за ЄДРПОУ	22480087
Організаційно-правова форма господарювання ТОВ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.32
Адреса, телефон Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2021 року		Форма №1	Код за ДКУД 1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби:	1010	17328	17993
первісна вартість	1011	37840	39823
знос	1012	20512	21830
Інвестиційна нерухомість	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи	1020		
первісна вартість	1021		
знос	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	17328	21830
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	3912	2241
Виробничі запаси	1101		
Незавершене виробництво	1102		
Готова продукція	1103		
Товари	1104		
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестрахування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	100	45
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	1130	121	193
з бюджетом	1135	2501	2312
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	557	771
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	42	57
Готівка	1166		
Рахунки в банках	1167		
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180		
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних витрат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	7233	5619
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
БАЛАНС	1300	24561	27449

Пасив	Код рядка	На кінець звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	1100	1100
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал в дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	8834	8564
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	10815	11173
Неоплачений капітал	1425		
Вилучиний капітал	1430		
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	20749	20837
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви	1530		
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531		
резерв збитків або резерв належних витрат	1532		
резерв незароблених премій	1533		
інші страхові резерви	1534		
Інвестиційні контракти	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	2113	4508
Векселі видані	1605		
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	592	412
товари, роботи, послуги	1615	338	554
розрахунки з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунки зі страхування	1625	127	184
розрахунки з оплати праці	1630	487	612
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640		
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	155	342
Усього за розділом III	1695	3812	6612
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
БАЛАНС	1900	24561	27449

		Додаток А.5	
		КОДИ	
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2022
Територія Одеська обл.		за ЄДРПОУ	22480087
Організаційно-правова форма господарювання ТОВ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.32
Адреса, телефон Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2022 року		Форма №1	Код за ДКУД 1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби:	1010	17993	18788
первісна вартість	1011	39823	40272
знос	1012	21830	2484
Інвестиційна нерухомість	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи	1020		
первісна вартість	1021		
знос	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	21830	18788
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2241	5476
Виробничі запаси	1101		
Незавершене виробництво	1102		
Готова продукція	1103		
Товари	1104		
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестрахування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	45	160
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	1130	193	348
з бюджетом	1135	2312	3
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	771	1088
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	57	3876
Готівка	1166		
Рахунки в банках	1167		
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестрахувача у страхових резервах у тому числі:	1180		
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних витрат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190		12
Усього за розділом II	1195	5619	10992
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200		1004
БАЛАНС	1300	27449	30780

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	1100	1096
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал в дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	8564	8716
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11173	17564
Неоплачений капітал	1425		
Вилучиний капітал	1430		
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	20837	27380
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви	1530		
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531		
резерв збитків або резерв належних витрат	1532		
резерв незароблених премій	1533		
інші страхові резерви	1534		
Інвестиційні контракти	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	4508	
Векселі видані	1605		
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	412	304
товари, роботи, послуги	1615	554	12
розрахунки з бюджетом	1620		1252
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунки зі страхування	1625	184	528
розрахунки з оплати праці	1630	612	1252
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640		
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	342	44
Усього за розділом III	1695	6612	3400
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
БАЛАНС	1900	27449	30780

		Додаток А.8	
		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		31.12.2020	
		за ЄДРПОУ	22480087
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2020 рік			
		Форма №2	Код за ДКУД
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			1801003
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	54123	45588
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	39952	34948
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	14171	10640
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	165	132
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	6218	5036
Витрати на збут	2150	2712	2448
Інші операційні витрати	2180	783	544
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	4623	2740
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	7	4
Інші доходи	2240		
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	334	220
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	4296	2524
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	713	452
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	3583	2072
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3583	2072
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	33128	29132
Витрати на оплату праці	2505	6045	5556
Відрахування на соціальні заходи	2510	2612	2176
Амортизація	2515	3902	2248
Інші операційні витрати	2520	4652	3376
Разом	2550	50339	42484
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

		Додаток А.9	
		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		31.12.2021	
		за ЄДРПОУ	22480087
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2021 рік		Форма №2	Код за ДКУД 1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	63177	54123
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	44578	39952
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	18599	14171
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	312	165
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	7790	6218
Витрати на збут	2150	3412	2712
Інші операційні витрати	2180	900	783
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	6809	4623
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	67	7
Інші доходи	2240		
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	552	334
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	6324	4296
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1312	713
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	5012	3583
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	5012	3583
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	35667	33128
Витрати на оплату праці	2505	7912	6045
Відрахування на соціальні заходи	2510	3918	2612
Амортизація	2515	5039	3902
Інші операційні витрати	2520	6769	4652
Разом	2550	59305	50339
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

		Додаток А.10	
		Коди	
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2022
		за ЄДРПОУ	22480087
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2022 рік			
		Форма №2	Код за ДКУД
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			1801003
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	70124	63177
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	48508	44578
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	21620	18599
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	284	312
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	6948	7790
Витрати на збут	2150	3812	3412
Інші операційні витрати	2180	668	900
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	10476	6809
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		67
Інші доходи	2240	84	
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	80	
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	84	552
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	7676	6324
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		1312
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	7676	5012
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	7676	5012
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	12668	35667
Витрати на оплату праці	2505	10816	7912
Відрахування на соціальні заходи	2510	4084	3918
Амортизація	2515	2812	5039
Інші операційні витрати	2520	30200	6769
Разом	2550	60580	59305
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		