

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИЙ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ:
Завідувач кафедри

_____ проф. Зайченко В.В.

25» грудня 2023 р.

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
**на тему: «Економічне обґрунтування напрямів
підвищення ефективності зовнішньоекономічної
діяльності підприємства (на прикладі ПОГ АПВТ «Фірма
Ласка» м. Кропивницький)»**

**«Economic substantiation of the ways to improve the
efficiency of the enterprise's foreign economic activity»**

Виконав здобувач вищої освіти 2 курсу,
групи ЕОБ-22м-1,4
ОПП «Економіка та організація бізнесу»
спеціальності 076 – «Підприємництво та
торгівля»

_____ Назарчук Р.Є.
«25» грудня 2023 р.

Керівник роботи: к.е.н, доцент

_____ Сергій НІСФОЯН
«25» грудня 2023 р

Рецензент к.е.н., доцент
_____ Юлія БОНДАР

Центральноукраїнський національний технічний університет
Факультет Економічний
Кафедра Економіки підприємництва та ГРС
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань Управління та адміністрування
Спеціальність 076 – «Підприємництво та торгівля»
Освітньо-професійна
(освітньо-наукова) програма Економіка та організація бізнесу

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри економіки
та підприємництва

(підпис)
д.е.н., проф Володимир
ЗАЙЧЕНКО
(наук. ступінь, вч. звання, ім'я та прізвище)

«9» вересня 2023 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Назарчук Радіон Євгенійович

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи «Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності
зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на прикладі ПОГ АПВТ
«Фірма Ласка» м. Кропивницький) »

2. Керівник роботи Нісфоян Сергій Сергійович, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене
звання)
25 грудня 2023

3. Строк подання роботи до захисту _____

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Мета кваліфікаційної роботи:
дослідження шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Задачі: 1. розгляд теоретико-методологічних основ зовнішньоекономічної діяльності підприємства

2. розгляд теоретико-методологічних основ зовнішньоекономічної діяльності підприємства

3. визначення законодавчої бази України у сфері регулювання ЗЕД підприємства

4. аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»

5. розробка основних напрямів підвищення ефективності

6. визначення економічного ефекту від реалізації заходів щодо вдосконалення ЗЕД

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Ознайомлення з літературними джерелами	09.09.23-20.09.23	
2.	Написання вступу та першого розділу «Теоретичні засади дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства»	21.09.23-10.10.23	
3.	Написання другого розділу «Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»	11.10.23-11.11.23	
4.	Написання третього розділу «Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності» ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»	12.11.23-19.12.23	
5.	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.12.23-14.12.23	
6.	Перевірка кваліфікаційної роботи на унікальність та виявлення академічного плагіату	15.12.23-19.12.23	
7.	Підготовка ілюстративного матеріалу, отримання відгуку наукового керівника, зовнішньої рецензії, рецензії, підготовка до захисту	20.12.23-25.12.23	

Дата видачі завдання

«9» вересня 2023 р.

Керівник роботи _____ *Нісфоян С.С.*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняте до виконання

«9» вересня 2023 р.

Здобувач _____ *Назарчук Р.Є.*
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Назарчук Р.Є. Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Дипломна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зі спеціальності спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля». – Центральноукраїнський національний технічний університет Міністерства освіти і науки України. – Кропивницький, 2023.

У першому розділі розглянуто сутність, форми, механізм розрахунків та методика оцінки ефективності ЗЕД підприємства. У другому розділі здійснено аналіз фінансового стану, ЗЕД зв'язків підприємства та проведена оцінка ефективності ЗЕД діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка». Третій розділ висвітлює напрямки підвищення ефективності ЗЕД діяльності, розробку системи залучення кредитних ресурсів для реалізації міжнародних підприємницьких проектів та визначення економічного ефекту від реалізації заходів щодо вдосконалення ЗЕД діяльності підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічної діяльності, зовнішньоторгівельні операції, балансовий прибуток, кредитні ресурсу, імпорт, експорт, підвищення ефективності, економічний ефект

ANNOTATION

Nazarchuk R.E. Economic substantiation of the ways to improve the efficiency of an enterprise foreign economic activity. Diploma thesis for the second (Master's) level of higher education in specialty 076 «Entrepreneurship and Trade». – Central Ukrainian National Technical University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kropyvnytskyi, 2023.

The first chapter deals with the nature of essence, forms, calculation mechanism and methodology for assessing the effectiveness of foreign economic activity of an enterprise. The second chapter presents the analysis of financial condition, foreign economic relations of the enterprise and evaluates the effectiveness of the foreign economic activity of the EAC ASDP "Firm Laska". The third chapter highlights the directions of improving the efficiency of foreign economic activity, development of the system for attracting credit resources for implementation of international business projects and determining the economic effect of implementing measures to improve foreign economic activity of the enterprise.

Key words: foreign economic activity, foreign trade operations, balance sheet profit, credit resources, import, export, efficiency improvement, economic effect.

ВСТУП.....	4
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1 Сутність та форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства	7
1.2 Механізм розрахунків у зовнішньоторгових операціях.....	20
1.3 Методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	25
2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОГ АПВТ «ФІРМА ЛАСКА»	34
2.1. Організаційно - економічна характеристика підприємства	34
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства	39
2.3. Аналіз зовнішньоекономічних зв'язків підприємства.....	60
2.4. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	66
3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОГ АПВТ «ФІРМА ЛАСКА».....	68
3.1. Основні напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	68
3.2. Розробка системи залучення кредитних ресурсів для реалізації міжнародних підприємницьких проектів	70
3.3. Економічний ефект від реалізації заходів щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства	77
ВИСНОВКИ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84
ДОДАТКИ	89

ВСТУП

Актуальність теми. Однією з актуальних проблем нинішнього етапу розвитку економіки є конкуренція, конкурентна боротьба. Попри всі недоліки, вона є рушійною силою розвитку суспільства, економічного та соціального прогресу. Успішне функціонування підприємницьких структур у таких умовах можливе лише за рахунок утримання конкурентноздатності своєї продукції. Особливо гострою стає ця проблема в умовах трансформації української економіки до Євросоюзу та СОТ, що буде супроводжуватися більшим насиченням ринку імпортом і, відповідно, більшим загостренням конкуренції. Задача вітчизняних товаровиробників на нинішньому етапі полягає у формуванні стійкого становища українських товарів, які є джерелом надходження доходів до державного бюджету. Таким чином, формування високої конкурентноздатності продукції українських підприємств є засобом зміцнення становища держави й розвитку її суспільства.

Підвищення ефективності є однією з найактуальніших проблем у сучасній теорії та практиці управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств. В умовах міжнародної конкуренції, глобалізації ринку та масового проникнення на український ринок іноземної продукції проблема управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств стала однією з головних управлінських проблем, що забезпечують виживання та розвиток підприємств у нових умовах. Відсутність досвіду у сфері конкурентоспроможності, складна внутрішня економічна ситуація та невирішеність проблем методології та застосування управління конкурентоспроможністю на підприємствах зумовлюють необхідність проведення досліджень у цій сфері.

Конкурентоспроможність вітчизняних виробників на світовому ринку є відносно низькою через недостатнє матеріально-технічне забезпечення, низьку якість трудових ресурсів, використання застарілих і дорогих технологій та нерегульованість механізмів кредитування. Отже економічне обґрунтування

напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства залишається найважливішим завданням.

Сьогодні Україна стає все більш конкурентною, тому бізнес-лідери завжди шукають нові (проконкурентні) інструменти управління та інструменти для підвищення конкурентоспроможності. Стає актуальним вивчення питань, пов'язаних з розробкою на рівні підприємств механізмів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, які забезпечують виживання підприємства на ринку.

Мета та завдання дослідження. Метою роботи є дослідження шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Досягнення поставлених цілей потребує вирішення наступних завдань:

- 1) розгляд теоретико-методологічних основ зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- 2) визначення методики оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- 3) визначення законодавчої бази України у сфері регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- 4) аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»;
- 5) розробка основних напрямів підвищення ефективності;
- 6) визначення економічного ефекту від реалізації заходів щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності.

Об'єктом дослідження даної роботи є ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» м. Кропивницький.

Предметом дослідження є ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в наступному:

- уточнено та доповнено методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності;

– *набули подальшого розвитку* напрями підвищення ефективності ЗЕД підприємства;

– *розроблено* систему залучення кредитних ресурсів для реалізації міжнародних бізнес-проектів.

Практичне значення одержаних результатів: полягає у розробці системи залучення кредитних ресурсів для реалізації міжнародних бізнес-проектів та надання рекомендацій щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Запропоновані заходи щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності: підвищення конкурентоспроможності продукції та надання комерційних кредитів дозволять підприємству ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» отримати додатковий прибуток.

Апробація результатів та публікації.

Нісфоян С.С., Назарчук Р.Є. Контролінг як основа управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства // Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 07-08 груд. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. — Кропивницький : ЦНТУ, 2023. С. 420 – 422.

Дипломна робота складається з трьох розділів. У першому розділі розглянуті питання: сутність та форми зовнішньоекономічної діяльності, механізм розрахунків та методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. В другому розділі проведено аналіз фінансового стану та зовнішньоекономічних зв'язків підприємства а також здійснена оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. У третьому розділі розроблено пропозиції щодо пропозицій щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Робота складається з 88 сторінок та розроблених 16 таблиць, 16 рисунків.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Сьогодні світовий ринок постійно вимагає нових машин, нових технологій та більш якісних продуктів. Щоб встигати за цим стрімким розвитком, українським компаніям необхідно постійно підвищувати свою конкурентоспроможність. Для цього потрібно не лише укладати угоди на закупівлю продукції у провідних міжнародних компаній, а й активно співпрацювати на взаємовигідних умовах. Саме так формується сучасний потенціал підприємств та підвищується їхня конкурентоспроможність. Наявність цієї компетенції, її горизонтальний розвиток та вертикальні якісні характеристики піднімають конкурентоспроможність підприємств на новий рівень і, зі стратегічної точки зору, забезпечують практичні та важливі передумови для стабільної роботи підприємств на глобальному рівні. Конкурентна позиція підприємства формується під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Про використання внутрішніх чинників підприємство повинно потурбуватися само, а використання зовнішніх чинників повинно забезпечувати держава.

Для визначення ефективних напрямів діяльності підприємства був проведений аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка».

На думку деяких експертів [52, 54, 55], поняття "зовнішньоекономічна діяльність" (ЗЕД) з'явилося в Україні у 1987 році з початком економічних реформ. Одним з основних напрямків цієї економічної реформи була децентралізація зовнішньої торгівлі, надання підприємствам прямого доступу до зовнішніх ринків та сприяння розвитку зовнішньоекономічної діяльності на рівні суб'єктів господарювання.

В результаті економічних реформ у сфері зовнішньої торгівлі з'явилися два поняття: "зовнішньоекономічні відносини" та "зовнішньоекономічна діяльність" (ЗЕД).

Зовнішньоекономічні відносини являють собою різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних зв'язків між державами, тоді як зовнішньоекономічна діяльність охоплює зовнішньоекономічну діяльність на рівні виробничих структур (підприємств, організацій, фірм, об'єднань і т.д.). Зовнішньоекономічну діяльність можна визначити як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних, оперативно-господарських і комерційних функцій підприємств, що виходять на зовнішні ринки і беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності.

Організація зовнішньоекономічної діяльності є дуже складним і копітким завданням. Вона вимагає ретельної оцінки кон'юнктури ринку, потенційних покупців і продавців, встановлення з ними ділових контактів, проведення переговорів, укладання угод тощо. Тому для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства необхідна структура управління, що відповідає умовам, в яких функціонує підприємство.

Термін "структура" означає основу або фундамент. Кожне підприємство має відповідну структуру, яка пов'язує всі його відділи, служби та установи. Структури можна класифікувати наступним чином.

- Організаційні та виробничі структури
- Структура управління;
- Організаційна структура підприємства.

У кожному бізнесі є системи, якими керують, і системи, якими керують. До першої відносяться організаційні, сервісні та управлінські структури. Друга система включає виробничі підрозділи (цехи, офіси та відділи).

Організаційна та виробнича структури відображають структуру системи управління, структура управління відображає систему менеджменту, а організаційна структура підприємства відображає структуру та взаємозв'язок цих двох систем.

Таким чином, структура управління зовнішньоекономічною діяльністю відображає структуру системи управління в цій сфері, тобто структуру установ,

служб і апаратів, які здійснюють управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Структура управління формується з урахуванням актуалізації необхідних ланок (по горизонталі) і ступеня або рівня управління (по вертикалі). Одиниця управління - це підрозділ або окремий фахівець організації, який виконує відповідну управлінську функцію.

Як складова частина внутрішнього менеджменту, організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю визначається насамперед загальною стратегією підприємства і, як її невід'ємна частина, стратегією зовнішньоекономічної діяльності. Загальновизнано, що стратегія - це інструмент виживання підприємства шляхом адаптації до навколишнього середовища, а структура - це структура, яка підтримує стратегію. Ланки в ланцюжку "середовище-стратегія-структура" взаємопов'язані та взаємозалежні. Коли ці зв'язки порушуються, виживання організації опиняється під загрозою.

Організаційна структура керування ЗЕД визначається її цілями та завданнями. Її метою є максимізація довгострокових прибутків через ефективну участь у міжнародній торгівлі. Організаційна структура і внутрішній менеджмент управління зовнішньоекономічною діяльністю повинні постійно розвиватися і вдосконалюватися, щоб адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі і в сфері управління.

Перед компаніями, які ведуть економічну діяльність за кордоном, завжди постають два важливих питання:

1. Як створити найбільш зрозумілу та ефективну організаційну структуру управління?

2. Як управляти цією структурою для досягнення поставлених цілей?

На формування організаційної структури управління господарською діяльністю за кордоном значний вплив мають наступні фактори

- розмір компанії;
- важливість і характер закордонної діяльності
- різноманітність та складність продукції, що виробляється;

- характер продукції, що експортується та виробляється іноземними компаніями;
- характеристики ринку приймаючої країни та рівень конкуренції тощо.

Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю українських виробничих компаній є дуже індивідуальною. Проте можна виділити деякі спільні риси.

На промислових підприємствах, які активно займаються зовнішньоекономічною діяльністю, зовнішньоекономічні служби існують у двох основних формах:

1. відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) в рамках існуючої управлінської структури
2. зовнішньоторговельні компанії (ЗТК).

Департамент зовнішньоекономічних зв'язків (ДЗЕЗ) не є самостійною організаційною одиницею. Він є частиною управлінської структури. Його основним завданням є управління зовнішньоекономічною діяльністю як частиною єдиної, інтегрованої внутрішньої системи управління. Він не займається безпосередньо транспортуванням товарів, виконанням митних формальностей тощо. Як правило, його завданням є планування, організація та координація зовнішньоекономічної діяльності (хоча на практиці зустрічаються й інші варіанти).

Основними завданнями БЕЗ можуть бути наступні:

- 1) участь у розробці стратегії зовнішньоекономічної діяльності компанії;
- 2) сприяння зовнішньоекономічній діяльності підприємства з метою прискорення його соціального та економічного розвитку;
- 3) управління, зміцнення та постійний розвиток експортного потенціалу підприємства;
- 4) забезпечення дотримання зобов'язань, що впливають з контрактів та угод з іноземними партнерами;
- 5) аналіз кон'юнктури зовнішніх ринків, збір та узагальнення відповідної інформації;

6) організація експортно-імпортних операцій та забезпечення їх ефективності;

7) проведення рекламних кампаній;

8) організація протокольних заходів тощо.

Відповідно до поставлених завдань визначаються функції вільної зони та формується її організаційна структура. Управління вільною зоною, як правило, здійснює керівник департаменту. Департамент складається з підрозділів (груп, відділів, бюро та спеціалістів).

У нашому прикладі організаційну структуру управління вільною зоною компанії можна схематично представити наступним чином, рис. 1.1.

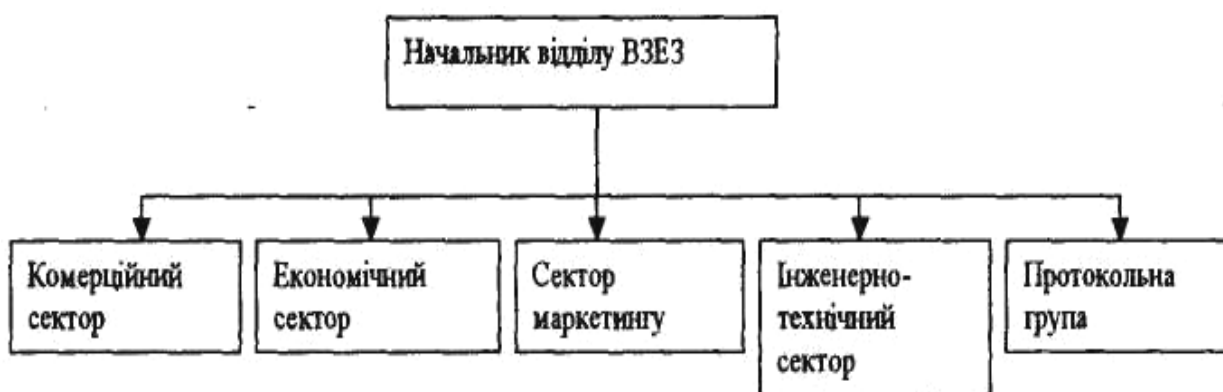


Рисунок 1.1 – Типова схема відділу зовнішньоекономічних зв'язків

Кожен сектор (група) має свої завдання та виконує свої функції.

Наприклад, торговельний відділ відповідає за: дотримання зобов'язань, що впливають з міжнародних конвенцій та угод; участь у підготовці та проведенні торговельних переговорів; організацію контрактних поставок та контроль за їх виконанням; експертизу імпортних та експортних декларацій тощо.

Екологічний департамент відповідає за прогнозування та планування зовнішньоекономічної діяльності компанії, аналіз ефективності експортних та імпортних операцій, контроль за виконанням планів, валютний контроль тощо.

Відділ маркетингу, головний відділ компанії, вивчає ситуацію на світовому ринку товарів, допомагає встановлювати ціни на продукцію, що експортується, розробляє та впроваджує рекламні кампанії, аналізує конкурентів та можливості для руху товарів тощо.

Науково-технічний відділ відповідає за вивчення сучасних технічних вимог світового ринку товарів, аналіз технічного рівня, якості та конкурентоспроможності продукції, що випускається, допомогу в підготовці пропозицій щодо оновлення виробництва та освоєння нових видів продукції, забезпечення технічного супроводу експортної продукції тощо.

Протокольний відділ відповідає за підготовку та організацію протокольних заходів, виконання доручень керівництва компанії щодо проведення зустрічей, прийом та прощання представників іноземних компаній, які відвідують компанію.

Організаційні принципи формування складу органу управління вільної зони залежать від завдань і функцій, визначених у статуті.

Загалом, основними завданнями вільної зони є

1. планування, організація та управління зовнішньоторговельними операціями.
2. збільшення обсягів та покращення структури експорту
3. підвищення ефективності імпорتنих закупівель відповідно до стратегії компанії
4. підвищення конкурентоспроможності продукції за кордоном та сприяння підвищенню якості продукції
5. вивчення кон'юнктури світового товарного ринку та визначення критеріїв і вимог до конкурентоспроможності товарів
6. аналіз діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін
7. організація післяпродажного обслуговування за кордоном
8. проведення рекламних заходів для розширення експорту
9. забезпечення правового захисту зовнішньоекономічних інтересів компанії
10. участь в організації транспортування та зберігання продукції разом з іншими підрозділами
11. участь у купівлі-продажу патентів, ліцензій та ноу-хау
12. участь у виконанні договорів тощо.

Вирішення цих та інших завдань, що стоять перед ЗТФ, визначає його функції та організаційно-управлінську структуру.

Як правило, директор ЗТФ підпорядковується директору підприємства або його заступнику, який відповідає за зовнішньоекономічні зв'язки.

- Основними функціональними підрозділами ЗТФ є маркетингова, операційна та комерційна служби. Крім того, існують відділи, що забезпечують обслуговування зовнішньоекономічної діяльності компанії економічного планування та розрахунків, валютно-фінансових операцій, бухгалтерського обліку та звітності, юридичних питань та інженерно-технічного забезпечення.

Кожна служба виконує певні функції. Функції відділу маркетингу полягають у наступному:

- участь у підготовці стратегії компанії та зовнішніх бізнес-планів;
- вивчення ринків збуту та можливостей виходу на них;
- забезпечення реклами та розповсюдження товарів;
- підготовка документів і конкурентних досьє, необхідних для складання основних договірних умов
- прогнозування кон'юнктури ринку та динаміки цін на товари;
- аналіз ефективності імпортно-експортних операцій та окремих угод;
- збір, узагальнення та обробка необхідної інформації;
- забезпечення методичного супроводу вивчення зовнішніх ринків та вимог до якості продукції;
- забезпечення участі компанії у виставках, ярмарках, аукціонах, тендерах тощо.

До функцій торговельно-комерційних відділів належать:

- ведення переговорів з іноземними компаніями;
- комерційний розрахунок базисних, валютно-фінансових умов контрактів
- організація поставок на основі укладених контрактів та контроль за їх виконанням;
- надання технічного та гарантійного обслуговування імпортованої та експортованої продукції
- експертиза заявок на імпорт/експорт
- ведення бізнесу з іноземними компаніями тощо.

З розвитком зон вільної торгівлі технічна та підготовча робота, що виконується комерційними та допоміжними підрозділами, може бути

централізована шляхом створення спеціалізованих служб, таких як репродукційні та репрографічні бюро, бюро переказів, служби автоматизованої обробки даних, комісії з врегулювання торговельних суперечок тощо.

Чи було б корисно створити ЗТФ як частину ЗЕД?

Щоб відповісти на це питання, необхідно порівняти витрати на утримання з витратами, які були б понесені, якби компанія не створила ЗТФ. Важливо зазначити, що ефект від діяльності ЗТФ стає очевидним лише після одного-двох років роботи.

Одним із суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності є підприємство. Підприємство - це самостійний господарюючий суб'єкт, який виробляє продукцію або надає послуги для задоволення суспільних потреб та отримання прибутку.

Основою зовнішньоекономічної діяльності підприємства є можливість використання переваг міжнародного поділу праці та міжнародних торговельних відносин для отримання економічної вигоди. Дійсно, виробляти і продавати певний товар або надавати певний вид послуг в іншій країні вигідніше, ніж здійснювати таку діяльність у власній країні. Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність здійснюється в тій країні і з тими партнерами, які є найбільш вигідними.

В сучасних умовах роль і місце підприємств у зовнішній торгівлі країни суттєво різняться. На це впливає як характер внутрішньої сфери діяльності підприємства, так і зовнішнє середовище.

Внутрішня сфера діяльності українських компаній визначається характером економіки країни. В Україні створена певна ринкова інфраструктура та закладені основи регуляторного та бізнес-середовища. Однак багато елементів ринку ще не реалізовані через технічні, економічні, монетарні, фінансові, соціальні та політичні умови.

До факторів зовнішнього середовища, що впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств, належать

- зміна впливу просторово-часових факторів. Як правило, зовнішньоекономічна діяльність пов'язана з великими відстанями. Значний прогрес у розвитку комунікаційних і транспортних технологій означає, що

з'явилася можливість суттєво економити час і кошти, які витрачаються на передачу інформації, транспортування товарів і переміщення людей. Розвиток комунікаційних технологій прискорив швидкість взаємодії та дозволив швидше контролювати міжнародні операції. Швидкий обмін інформацією про нові продукти збільшує продажі на зовнішніх ринках. Технологічні інновації в транспортному секторі дають можливість переміщувати виробництво з однієї країни в іншу, розподіляючи виробництво компонентів або цілих продуктів між країнами з метою оптимізації витрат;

- розвиток інституційних механізмів: удосконалюється діяльність державних інституцій та бізнес-інфраструктури. В основному це стосується усунення торговельних бар'єрів, створення нових економічних інтеграційних блоків та розвитку вже існуючих;

- еволюція глобальної економічної конкуренції. В результаті посилення конкуренції на світових ринках, розвитку комунікацій, інформації та транспорту, а також лібералізації торгівлі, підприємства все частіше беруть участь у міжнародних ринках. Конкуренція на міжнародних ринках характеризується високим ступенем концентрації. У цьому контексті слід зазначити, що українські компанії не отримують стільки державної підтримки, скільки західні, тоді як економічні блоки (ЄС, НАФТА, АТЕС тощо) пропонують набагато більше можливостей, ніж країни СНД;

- недостатня ресурсна спроможність більшості українських компаній здійснювати широкий спектр діяльності на зовнішніх ринках;

- недостатнє знання світових практик і відносне відставання в ефективному використанні ринкових механізмів у зовнішній торгівлі;

- агресивність західних компаній на українському внутрішньому та міжнародному ринках.

Для українських підприємств створено певні умови для здійснення господарської діяльності за кордоном: ця діяльність регулюється у формі декларацій, а не дозволів; підприємства самостійно визначають свій організаційно-правовий статус, форми і методи здійснення господарської діяльності за кордоном, формують свою бізнес-стратегію, товарну, фінансову, цінову та іншу політику. Це дозволяє підприємству повною мірою та ефективно

використовувати власні переваги та регіону, в якому воно розташоване, а також зовнішні фактори, такі як інвестиції та нові технології, з метою швидкого та ефективного вирішення виробничих, економічних, науково-технічних та соціальних завдань і отримання більшої вигоди від самостійної господарської діяльності за кордоном.

Водночас низка умов негативно вплинула на характер та ефективність діяльності компаній. До них відносяться:

- ринковий потенціал компанії всередині країни та за кордоном залишається дуже обмеженим;
- державна підтримка підприємств є до певної міри декларативною;
- різні елементи української ринкової економіки розвиваються і формуються різними темпами, які не відповідають світовим процесам;
- темпи розвитку нормативно-правових норм, що регулюють підприємницьку діяльність, загалом випереджають темпи розвитку інших елементів ринкової інфраструктури;
- використання підприємцями неправомірних методів конкурентної боротьби та протиправної поведінки;
- підвищений ризик банкрутства через самостійну розробку підприємством збутової, логістичної, грошово-кредитної, фінансової, цінової та комерційної політики.

Організаційно-функціональна структура комерційної діяльності підприємства за кордоном.

Основною формою комерційної діяльності є підприємство - торговельна фірма або індивідуальний підприємець як юридична особа. За видом діяльності підприємства можна поділити на такі категорії:

1. компанії, що надають послуги. До цієї категорії належать компанії, що надають транспортні, банківські, страхові, брокерські, інформаційні, комунікаційні, ремонтні та туристичні послуги.

2. торгові компанії.

3. виробничі компанії.

Залежно від форми власності та юридичного статусу компанії можна класифікувати на такі типи:

1. Одноосібне володіння - бізнес, що належить одній особі, яка має повний контроль над бізнесом і несе відповідальність за його зобов'язаннями.

2. Спільна власність може бути у формі партнерства, товариства з обмеженою відповідальністю або корпорації.

Партнерство - це об'єднання двох або більше осіб, які беруть участь як співвласники в діяльності підприємства на підставі договору про партнерство. Партнерство не підлягає окремому оподаткуванню; кожен партнер декларує свою частку прибутку партнерства і оподатковується окремо.

Товариство з обмеженою відповідальністю несе відповідальність за свої борги, якщо такі є, всім своїм статутним капіталом, а відповідальність його учасників обмежується їхнім статутним капіталом.

Товариство є основною організаційно-правовою формою великого підприємства. Власність компанії, втілена через акціонерне товариство, є основною формою міжнародної торгівлі. Капітал акціонерного товариства складається з поєднання особистого капіталу та грошових надходжень від випуску акцій і облігацій та реалізації прибутку.

3. Державні компанії зазвичай створюються в секторі комунальних послуг (енергетика, оборона, транспортні мережі, зв'язок тощо). Управління державними компаніями здійснюється особами, призначеними урядом відповідно до національного законодавства.

Організаційна та функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності компанії залежить від багатьох факторів, зокрема:

- масштаби зовнішньоекономічної діяльності. Якщо масштаби та найменування зовнішньоекономічної діяльності невеликі, спеціалізовані структурні підрозділи можуть не створюватися. Замість цього в рамках існуючої організаційної структури компанії створюється тимчасова команда з управління проектом для виходу на зовнішні ринки. Це практичний і простий метод організаційної реструктуризації, який дозволяє керівництву взяти під контроль міжнародну діяльність.
- Інша група формується при виході на ринок з різною продукцією. При масштабній зовнішньоекономічній діяльності підприємство може стати міжнародною компанією з філіями та представництвами в інших країнах;

- витрати, пов'язані з виробництвом за кордоном або реалізацією продукції на зовнішніх ринках. Якщо обсяг виробництва невеликий, дешевше скористатися послугами сторонньої фірми, яка веде міжнародний бізнес. У міру зростання обсягів міжнародних операцій ведення ЗЕД власними силами стає дешевшим варіантом;

- складність продукту. Чим складніша технологія продукту, тим більша ймовірність того, що компанія створить власне підприємство в іншій країні.

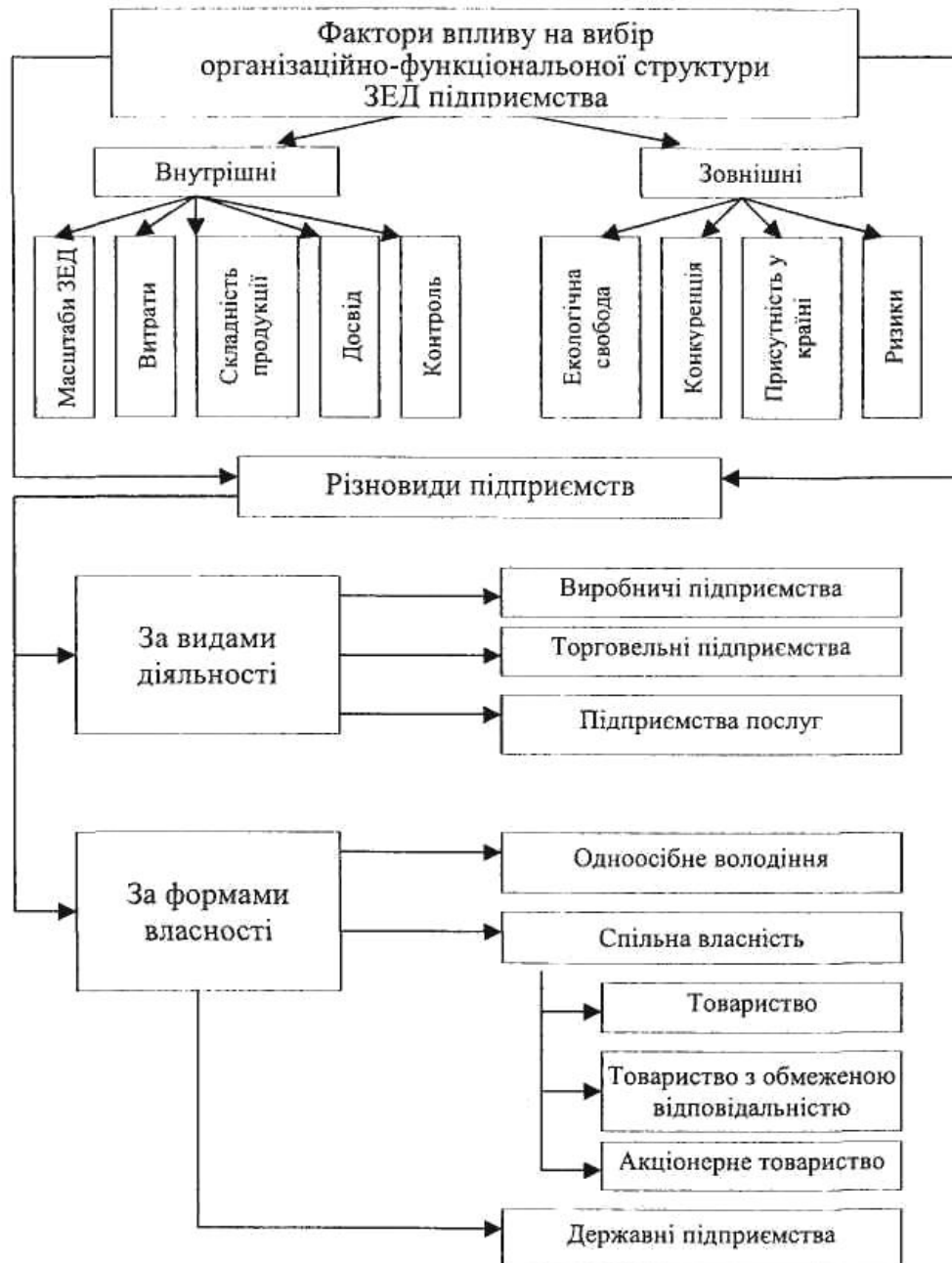


Рисунок 1.2 – Фактори, які визначають організаційно-функціональну структуру ЗЕД підприємства (подано за навчальним посібником [56])

Організаційно-функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності компанії також залежить від методів виходу на зовнішні ринки - через власну компанію (прямий метод) або за допомогою посередників (непрямий метод).

Так, прямий метод передбачає встановлення прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем, тобто товар поставляється безпосередньо кінцевому споживачеві і купується безпосередньо у виробника на підставі договору купівлі-продажу. Приблизно 50% міжнародної торгівлі здійснюється на основі прямих зв'язків.

Прямий метод використовується найчастіше:

- При продажу великих і дорогих промислових товарів ТНК. Для деяких фірм прямі продажі становлять близько 70% всієї експортованої промислової продукції;
- в експортно-імпортних операціях між великими ТНК з постачання сировини, напівфабрикатів, комплектуючих і деталей тощо
- при постачанні товарів через закордонні підрозділи транснаціональних компаній, які мають роздрібну мережу. Контрагентами на ринках інших країн стають транснаціональні компанії-резиденти, іноземні філії та дочірні підприємства з продажу та виробництва;
- при експорті та імпорті промислової сировини на основі довгострокових контрактів;
- при закупівлі сільськогосподарської сировини у фермерів країн, що розвиваються;
- при здійсненні зовнішньоторговельної діяльності державними підприємствами та установами країн, що розвиваються, шляхом організації та проведення тендерів.

Метод прямої торгівлі передбачає постачання заздалегідь узгодженої продукції, орієнтованої на специфічні вимоги конкретного іноземного споживача. Прямі зв'язки є цільовими, оскільки базуються на системі попередніх замовлень і характеризуються тривалістю та стабільністю зв'язків споживача з постачальниками сировини, матеріалів, комплектуючих та інших необхідних для виробництва товарів з метою забезпечення безперебійного постачання ресурсів у виробничий процес.

Прямий продаж має ряд переваг: дозволяє експортерам встановити тісний контакт з іноземними споживачами, здійснювати суворий контроль за комерційними операціями; досягати більш високих прибутків за рахунок зниження витрат на комісійні винагороди, що виплачуються посереднику; краще вивчати кон'юнктуру і тенденції ринку; швидше пристосовувати виробничі графіки до запитів і вимог зовнішнього ринку; знижувати ризик і залежність комерційних результатів від чесності посередницької організації.

До недоліків методу прямої торгівлі можна віднести високий ступінь ризику через відмінності в економічних, правових і соціальних умовах в різних країнах і необхідність найму комерційно кваліфікованого персоналу (в іншому випадку фінансові витрати можуть значно зрости).

Непрямий спосіб полягає в підписанні договору з посередницькою агенцією про купівлю-продаж товару, що забезпечує виконання зобов'язань брокера щодо його продажу. Товар продавця. Комерційні посередники – юридичні особи (підприємства, організації, установи тощо), які сприяють обміну товарами і незалежні від виробників і споживачів. Його безпосередня місія полягає в тому, щоб з'єднати продавців і покупців шляхом з'єднання попиту та пропозиції.

Міжнародні торговельні договори залежно від предмета купівлі-продажу можуть бути договорами купівлі-продажу матеріальних товарів, контрактами купівлі-продажу послуг праці, договорами купівлі-продажу тощо.

1.2 Механізм розрахунків у зовнішньоторгових операціях

Міжнародні розрахунки - це здійснення платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, які виникають у зв'язку з економічними, політичними та культурними відносинами між юридичними особами та громадянами різних країн. В економічній сфері вони охоплюють розрахунки зі зовнішньої торгівлі товарами та послугами, а також некомерційних операцій, кредитів, руху капіталу між країнами.

Міжнародні розрахунки включають, з одного боку, умови та процедури платежів, розроблені на практиці та визначені міжнародними документами та нормами, а з іншого боку, щоденну практичну діяльність банків. Велика кількість розрахунків проводиться безготівковим способом через записи на банківські рахунки.

Спосіб оплати залежить від механізму, який використовується для оплати товару під час його доставки. Існує три способи оплати міжнародних торговельних операцій: готівка, передоплата та кредит.

У міжнародних продажах оплата готівкою не означає, що платіж здійснюється готівкою (банкнотами), що насправді не має місця в даному випадку. У цьому випадку термін "готівковий платіж" використовується на противагу передоплаті та кредитним методам оплати.

Готівкові платежі здійснюються в рамках одноразової транзакції через банк, до або після передачі продавцем товаросупровідних документів або товару покупцеві.

Авансовий платіж - це виплата покупцем суми, зазначеної в договорі, до того, як товаросупровідні документи і товари будуть доставлені покупцеві, часто під час або до обробки замовлення.

Аванс має дві мети. По-перше, аванс використовується імпортером для надання кредиту експортеру і, по-друге, він гарантує виконання зобов'язань імпортера за контрактом. Якщо покупець не отримує замовлений товар після виконання замовлення, експортер може використати аванс для покриття своїх збитків.

Аванси можуть виплачуватися в грошовій або натуральній формі. Аванс у натуральній формі означає, що покупець-імпортер постачає сировину та компоненти (виробничі ресурси), необхідні для виконання замовлення. Грошові аванси визначаються у відсотках від контрактної вартості замовлення.

Оплата з відстрочкою платежу означає, що покупець сплачує зазначену в контракті суму через певний проміжок часу після поставки товару. Таким

чином, продавець надає покупцеві торговий кредит (товарний). Цей кредит також відомий як торговий кредит, оскільки одна компанія надає кредит іншій.

Кредитний ліміт, тобто максимальна сума кредиту, яка може бути надана покупцеві в будь-який момент часу, зазвичай не перевищує 10% капіталу покупця. Для визначення цього ліміту продавець повинен отримати інформацію про фінансовий стан покупця.

Кредити надаються не на повну суму контракту, а лише на 80-85%, решту суми покупець сплачує заздалегідь, щоб продавець міг покрити свої витрати, якщо покупець не виконає своїх договірних зобов'язань.

Широке застосування торгового кредиту в зовнішній торгівлі призвело до використання кредитних платіжних інструментів, таких як чеки та векселі.

Чек - це безумовна пропозиція платника одержувачу сплатити зазначену в чеку суму готівкою або шляхом переказу на рахунок чекодержателя в банку.

Чеки дуже зручні для розрахунків, коли платник боїться віддавати гроші до отримання товару, а постачальник не хоче відвантажувати товар до отримання гарантії оплати. Використання чеків як способу платежу також зменшує витрати на обіг фізичних грошей і прискорює платежі, оскільки всі чеки оплачуються негайно після пред'явлення.

У міжнародній торгівлі чеки є платіжним засобом, що використовується для оплати доставки товарів, здійснення остаточних розрахунків за поставку товарів і послуг, врегулювання претензій і штрафних санкцій, погашення боргів і здійснення некомерційних платежів.

Згідно з міжнародним правом, для вирішення спорів щодо форми та обігу чеків застосовується законодавство країни, в якій видано чек.

Чеки поділяються на такі види:

1. іменні чеки або чеки на користь конкретної особи. Ці документи не можуть передаватися за допомогою загальної гарантії.
2. боргові чеки, які є чеками, що випускаються на підставі гарантії, з застереженням "до наказу" або без нього.

3. чеки на пред'явника, які виписуються на пред'явника і можуть бути передані іншій особі, з індосаментом або без нього. Ці чеки зазвичай видаються клієнтам їхніми банками.

Чеки поділяються на чеки компаній та банківські чеки.

Банківський чек - це чек, виписаний банком на свій банк-кореспондент. На бланку такого чека не вказується назва компанії-емітента, а чекодавцем виступає банк боржника. Оплата таких чеків здійснюється з рахунку банку чекодавця в його банку-кореспонденті за кордоном. Банківські чеки найчастіше використовуються в міжнародних платіжних операціях.

Фірмовий чек - це чек, виписаний фірмою на ім'я одержувача платежу. Такі документи зазвичай виписуються в національній або іноземній валюті на пред'явника, а компанією - на свій банк. Платіж бере на себе чекодавець.

Вексель - це цінний папір, який виписаний у суворій відповідності до вимог законодавства і містить безумовне абстрактне грошове зобов'язання.

Прості векселі та переказні векселі (тратти) використовуються для розрахунків за зовнішньоторговельними операціями. Переказний вексель - це безумовна пропозиція торговця (кредитора) векселедавцю (боржнику) сплатити визначену суму третій особі (ремітенту) у визначений термін. При виникненні цього виду грошового боргу набувач є одночасно кредитором боржника (трасанта) і боржником ремітента.

Проста форма грошового боргу (простий вексель) використовується в розрахунках за комерційними кредитами рідше.

Простий вексель виписується не кредитором, а боржником, який називається векселедавцем. Боржник зобов'язується сплатити кредитору певну суму грошей у визначеному місці та у визначений термін.

Векселі складаються у строго визначеному форматі. Його форма і вид визначаються національним законодавством.

Оскільки вексель сам по собі не має сили законного платіжного засобу, а є лише представленням реальних грошей, звичайною міжнародною практикою є те,

що векселедавець повинен письмово підтвердити свою згоду оплатити вексель у визначений термін, тобто дати простий вексель.

У міжнародній торгівлі більш надійною гарантією, ніж акцепт переказних і простих векселів, є підтвердження (підтвердження) банком переказних і простих векселів. Підтвердження - це гарантія інструменту, до якого застосовується інструментальне право. Це гарантія банку щодо оплати (повністю або частково) переказного або простого векселя, якщо боржник не виконає свої зобов'язання за векселем вчасно.

Банк стягує з покупця комісію за оцінку векселя, яка залежить від суми векселя.

У міжнародних платіжних операціях вексель є оборотним фінансовим інструментом. Це означає, що при передачі векселя іншій особі до неї переходять усі права, вимоги та ризики за цим інструментом. Переказний вексель можна передати за допомогою простого передавального або передатного індосаменту. Цей індосамент ставиться на зворотному боці векселя і підписується індосантом.

Існують різні види індосаменту:

1. бланковий індосамент. Це передавальний напис на зворотному боці векселя, в якому не вказується платник. Він містить ім'я та підпис індосанта.

2. іменний (повний) індосамент. За допомогою індосаменту індосант передає всі права і вимоги, що випливають з векселя, іншій особі, ім'я або імена якої зазначені в індосаменті.

3. переказний індосамент. Цей вид передачі може бути підписаний, якщо пред'явник векселя передає вексель в банк на інкасо, просить банк здійснити інкасо проти векселя і забезпечує виконання банком всіх умов, зазначених у векселі.

Індосамент може мати форму підтвердження передачі і звільняє векселедержателя від відповідальності, що випливає з неї. У цьому випадку індосамент містить фразу "не підлягає передачі мені", а індосамент про передачу називається індосаментом, що не підлягає індосаменту.

Третім спосіб платежу, який застосовується в міжнародній торгівлі, це банківський переказ. Це розрахункова банківська операція, яка полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому.

Запровадження електронної обробки даних відкриває нові можливості для скорочення часу, необхідного для здійснення платежів. Ці потенційні можливості були використані ведучими банками розвинутих ринкових країн, що створили т.зв. систему СВІФТ, яка стала новою організаційною формою передачі між банками-кореспондентами у міжнародному платіжному обороті.

1.3 Методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Головною умовою здійснення зовнішньоекономічних операцій є їх обґрунтованість.

Через недостатнє техніко-економічне обґрунтування ефективності зовнішньоекономічних операцій, відсутність прогнозування вибору валюти ціни, валюти платежу та інших валют і фінансових умов угоди підприємства часто зазнають значних збитків.

Економічна ефективність розраховується шляхом порівняння досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів, використаних для його досягнення. Під результатом розуміють монетизовану, вартісну оцінку отриманого підприємством прибутку: грошові надходження за відвантаженою продукцією, роботи та послуги, вартість отриманих товарів, робіт, послуг тощо, а під витратами - сировину, матеріали, енергію, оплату праці, послуги сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в різні державні фонди та інші витрати, без яких господарські операції не могли б бути здійснені. Економічні результати та споживання ресурсів можна виміряти. Тому економічна ефективність також може бути оцінена кількісно, тобто існує стандарт ефективності. [52, 54, 55, 56]

Критерій є основною ознакою, що відрізняє його від інших одиниць

класифікації.

Показник грошової продуктивності будь-якої зовнішньоекономічної операції насамперед характеризує купівельну спроможність грошей, тобто валютний курс.

Грошова продуктивність експорту ($E_{e.e}$) визначається по формулі:

$$E_{e.e} = \frac{\sum_{i=1}^m C_{e.e} \cdot Q_e}{\sum_{i=1}^m B_e \cdot Q_e} \quad (1.1)$$

де $C_{e.e}$ – валютна ціна i -того експортного товару (послуги), вал.од/од;

Q_e – обсяг експорту i -того товару (послуги), натур.од.;

B_e – витрати на виробництво та реалізацію одиниці i -того товару (послуги), грн/од.,

m – кількість назв експортних товарів (послуг).

Ефективність імпорту іноземної валюти ($E_{e.i}$) визначається по формулі:

$$E_{e.i} = \frac{\sum_{j=1}^n C_{p.g} \cdot Q_i}{\sum_{j=1}^n C_i \cdot Q_i} \quad (1.2)$$

де $C_{p.g}$ – ціна j -того товару (послуги) на внутрішньому ринку, грн/од.;

Q_i – обсяг імпорту j -того товару, натур.од.;

C_i – валютна ціна (ціна придбання) одиниці j -того товару (послуг), вал.од./од.;

n – кількість назв імпортованих товарів (послуг).

Для оцінки прибутковості експортних (імпортних) операцій необхідно порівняти ці показники (ставки) на певній основі, оскільки самі по собі вони про це не свідчать. Базою для порівняння зазвичай є валютний курс. Зовнішньоторговельна діяльність вважається ефективною, якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення валютного курсу. При цьому порівняння монетарної ефективності експорту має базуватися на зворотному

валютному курсі (непряме котирування), а порівняння монетарної ефективності імпорту - на нормальному валютному курсі (пряме котирування).

Показники, що характеризують ступінь прибутковості зовнішньоекономічної діяльності підприємства, слід розраховувати перед здійсненням зовнішньоторговельних операцій, при плануванні зовнішньоторговельної діяльності та при оцінці ефективності експортної та імпоротної діяльності в попередньому періоді.

Для характеристики загальної експортної діяльності підприємства використовуються наступні показники: продуктивність експорту, рентабельність експорту та економічний ефект від експорту.

Ефективність експорту підприємства ($E_{ef.e}$) визначається по формулі:

$$E_{ef.e} = \frac{ЧВ}{ОП} \quad (1.3)$$

де ЧВ – чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

$$ЧВ = (ВВ \times Кр) - Дв - МП, \quad (1.4)$$

де ВВ – валютний виторг за експортований товар;

Кр – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні;

Дв – додаткові витрати всередині країни, пов'язані з експортом товару (можливі витрати на оплату ліцензії, комісійні посереднику, транспортні, складські та інші витрати);

МП – митні платежі;

ОП – обсяг продажу за експортом, грн.

Індекс ефективності експорту показує, наскільки ефективно компанія управляє своєю зовнішньою торгівлею та співвідношення продажів до загального експорту компанії. Якщо цей показник більше 1, то продаж товару на зовнішньому ринку буде вигіднішим, ніж продаж на внутрішньому.

Рентабельність експорту ($Р_e$):

$$P_e = \frac{ЧВ}{ПВ} \cdot 100\% \quad (1.5)$$

де ПВ – повні витрати підприємства на експорт продукції, грн.

Цей показник показує суму валютної виручки від реалізації експортованих товарів на кожну витрачену підприємством гривню.

Щоб визначити, наскільки змінилася ефективність реалізації товарів за звітний період порівняно з минулим, необхідно порівняти показники ефективності експорту з аналогічними показниками минулих періодів.

Економічний ефект експорту (E_e):

$$E_e = ЧВ + B_{on} - ПВ, \quad (1.6)$$

де B_{on} – виторг у гривнях від обов'язкового продажу частки валюти держави.

Для визначення економічної вигоди експортної діяльності на рівні фірми використовується методика, за якою визначають такі три показники економічної вигоди:

$$E_{ef.e}^1 = \frac{ЧВ + B_{on}}{ПВ}, \quad (1.7)$$

$$E_{ef.e}^2 = \frac{Q_e}{C_e}, \quad (1.8)$$

де Q_e – обсяг експорту у внутрішніх середньорічних цінах;

C_e – виробнича собівартість експортних товарів.

$$E_{ef.e}^3 = \frac{ЧВ + B_{on} - ПВ}{ЧВ + B_{on}} \cdot 100\% \cdot \frac{ЧВ + B_{on}}{K_e}, \quad (1.9)$$

де K_e – середньорічна вартість основних виробничих і оборотних фондів, що використовуються у виробництві експортної продукції.

Показник $E_{ef.e}^3$ вказує на ефективне застосування при експорті виробничих фондів.

При укладанні угод доцільно використовувати індикатори $E_{ef.e}^1, E_{ef.e}^2, E_{ef.e}^3$ для вибору найбільш прийнятної угоди на основі критерію максимального

економічного ефекту за умови, що $E_{ef.e}^1 > 1$, а $E_{ef.e}^1 > E_{ef.e}^2$. Якщо ці дві умови виконуються, то експорт відповідних товарів є економічно вигідним для підприємства. Отже, необхідно шукати шляхи збільшення експорту цієї продукції. Індикатор $E_{ef.e}^3$ показує рівень продуктивності товарів, що розглядаються; перша частина формули показує відсоток експортної виручки, який припадає на експортний результат фірми, тоді як друга частина формули визначає, скільки разів капітал, інвестований в експорт, може бути повернутий протягом досліджуваного періоду. Таким чином, чим більші обидві частини формули а також $E_{ef.e}^3$, тим вигідніше експортувати ці товари.

Для характеристики імпоротної діяльності підприємств застосовуються такі показники: економічна (абсолютна) ефективність імпорту, економічний ефект імпорту та рентабельність імпорту.

Показник економічної (абсолютної) ефективності імпорту товарів (E_{efi}) визначається по наступній формулі:

$$E_{ef.i} = \frac{Ц_{i.в.p.}}{B_i} \quad (1.10)$$

де $Ц_{i.в.p.}$ – вартість імпоротної продукції на внутрішньому ринку, грн;

B_i – витрати на придбання імпоротної продукції, грн;

$$B_i = B_m + M + A + ПДВ + M_z + Ді + ПДВд \quad (1.11)$$

де B_m – митна вартість товару, перерахована у гривні за офіційним курсом (К) на дату подання митної декларації, яка включає валютні витрати імпортера (BVi) до місця ввезення товару на митну територію України, тобто:

$$B_m = BVi \times K;$$

де M – імпортне мито;

A – сума акцизного збору з підакцизних товарів;

ПДВ – податок на додану вартість;

M_z – митні збори;

Мз – митні збори;

Ді – додаткові витрати імпортера;

ПДВд – податки на додану вартість щодо додаткових витрат імпортера.

Чим вище за одиниця величина цього показника, тим ефективніша імпортерна діяльність підприємства.

Економічний ефект імпорту (E_i):

$$E_i = \Pi_{pi} - B_i \quad (1.12)$$

де Π_{pi} – ціна реалізації імпортних товарів на внутрішньому ринку, грн.

Цей показник характеризує прибуток від реалізації імпортних товарів.

Рентабельність імпорту (P_i):

$$P_i = \frac{E_i}{B_i} \quad (1.13)$$

Для визначення економічної вигоди від імпорту можна застосовуватись різноманітні методи залежно від мети імпорту:

1. Економічна вигода від імпорту промислової продукції розраховується по двох формулах:

$$E_{ef.i}^1 = \frac{\Pi_{\kappa}}{\Pi\Pi} \quad (1.14)$$

де Π_{κ} – купівельна ціна імпортного устаткування;

$\Pi\Pi$ – повна ціна споживання імпортного устаткування;

$$\Pi\Pi = \Pi_{\kappa} + E_{\epsilon} \quad (1.15)$$

де E_{ϵ} – експлуатаційні витрати при використанні устаткування;

$$E_{\epsilon} = Bc + Be + Br + B3 + 3\Pi \quad (1.16)$$

де Bc – вартість сировини, матеріалів, що споживаються, на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції;

Be – вартість палива та енергії на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції;

Br – вартість ремонту устаткування;

$B3$ – вартість запчастин для устаткування;

3Π – заробітна плата робітників, які обслуговують устаткування.

Чим ближче значення $E_{ef.i}^1$ до 1, тим ефективнішим буде імпорт відповідної продукції.

Застосовуючи даний показник, фірма може придбати обладнання не тільки виходячи з низької ціни, а також експлуатаційних затрат в майбутньому.

$$E_{ef.i}^2 = \frac{Q_n}{B_y} \quad (1.17)$$

де Q_n - обсяг продукції, яка випускається на даному устаткуванні, у внутрішніх середньорічних цінах; B_y - витрати на імпорт даного устаткування.

Значення показника $E_{ef.i}^2$ має бути більше за 1. Він відображає кількість виробів, яка виготовляється, на даному обладнанні на 1 грн. затрат щодо його придбання для підприємства.

На результати зовнішньоекономічної діяльності можуть впливати умови кредитування. Експортні операції, як правило, здійснюються в кредит. Тому важливо знати, наскільки прибутковим для підприємства є продаж товарів з відстрочкою платежу.

Для того, щоб врахувати кредитні умови при розрахунку ефективності діяльності ЗЕД, використовується коефіцієнт впливу кредиту (K_{np}), тобто співвідношення між загальною величиною валютної виручки, скоригованої на рік поставки, та номінальною зовнішньоторговельною ціною товару.

Формула, за якою розраховується цей коефіцієнт, є складною, тому на практиці використовується спеціальна таблиця, в якій наводиться значення цього коефіцієнта.

Формула для розрахунку ефективності зовнішньоекономічних операцій із залученням кредиту наведена нижче:

а) ефект експорту:

$$E_e = (B_k \times K_{vi} \times K_{kp}) - B_e \quad (1.18)$$

де B_k – сума виторгу від контракту;

K_{vi} – коефіцієнт переводу національної валюти в іноземну;

B_e – витрати на виробництво експортної продукції.

б) ефект імпорту:

$$E_i = Z_i - \frac{B_i \times K_{кр}}{K_{ве}} \quad (1.19)$$

де Z_i – вартісна оцінка придбаної продукції;

B_i – витрати на імпорт продукції;

$K_{ве}$ – коефіцієнт переводу іноземної валюти в національну.

в) економічна (абсолютна) ефективність експорту:

$$K_{ек.е} = \frac{B_{\kappa} \times K_{ві} \times K_{кр}}{B_e} \quad (1.20)$$

г) економічна (абсолютна) ефективність імпорту:

$$E_{ек.1} = \frac{Z_i \times K_{ве}}{B_i \times K_{кр}} \quad (1.21)$$

Якщо експорт (імпорт) здійснюється за раніше наданими кредитами, то величина, обернена до значення кредитного імпаکت-фактора, використовується у таких формулах:

$$K_{погаш.кр} = \frac{1}{K_{кр}} \quad (1.22)$$

Якщо суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності одночасно здійснює експорт та імпорт, то для оцінки зовнішньоекономічної діяльності можна використовувати індекс комплексного економічного впливу (E_{e-1}):

$$E_{e-1} = \sum_{i=1}^n E_e + \sum_{i=1}^m E_i \quad (1.23)$$

де $\sum_{i=1}^n E_e$ – сума ефектів за всіма експортними угодами, здійсненими за

відповідний період часу, грн;

$\sum_{i=1}^m E_i$ – сума ефектів за всіма імпортними угодами, здійсненими за відповідний період часу, грн.

Одним з основних шляхів підвищення виробничо-економічної ефективності країни є розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємницької структури.

Однак визначити реальні масштаби діяльності підприємств у сфері зовнішньоекономічної діяльності неможливо без ретельного аналізу їх стану.

Аналіз імпорتنих та експортних операцій включає в себе:

- - визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною експортованих (імпортованих) товарів;
- - визначення виконання зобов'язань за термінами та якістю поставок;
- - визначення факторів та їх впливу на економічні показники;
- - дослідження причин невиконання зобов'язань за окремими напрямками.

Аналіз виконання зобов'язань за господарськими договорами включає такі елементи

- - кількість та загальна вартість укладених господарських договорів;
- - кількість та вартість укладених господарських договорів
- - кількість, тип та сума прострочених договорів;
- - причини неповного виконання та порушення умов постачання.

2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОГ АПВТ «ФІРМА ЛАСКА»

2.1. Організаційно - економічна характеристика підприємства

Підприємство ПГО АПВТ «Фірма Ласка» засновано у 1999 році на території колишньої маслосирбази, У зв'язку з припиненням Підприємства «Фабрика Заморожених продуктів» ГО «Асоціація підтримки вітчизняного товаровиробника» шляхом його приєднання до Підприємства ГО «Асоціація підтримки вітчизняного товаровиробника» - «Фірма Ласка».

«Фірма Ласка» є правонаступником Підприємства «Фабрика заморожених продуктів» ГО «Асоціація підтримки вітчизняного товаровиробника» в повному обсязі.

Метою діяльності підприємства є підприємницька діяльність з виробництва продукції для товарів народного споживання, промислового та іншого призначення, надання різноманітних послуг фізичним та юридичним особам, максимальне задоволення потреб населення, держави, підприємств та організацій в товарах, роботах та послугах, заняття торгівельною діяльністю, створення нових робочих місць, з метою отримання прибутку.

Предметом діяльності підприємства є:

- виробництво товарів кінцевого споживання та напівфабрикатів (виробництва молочних продуктів, шоколаду, какао, м'яса та м'ясних продуктів, виробів з мороженої картоплі, олії та тваринних жирів, заготовок для супів тощо);
- надання послуг (здійснення ветеринарної та медичної практики, лабораторної діагностики, здійснення судово-експертної діяльності, організація прийому та обслуговування вітчизняних та іноземних туристів, надання юридичних, рекламних та маклерських послуг тощо);

- виробнича діяльність (виготовлення лікарських засобів, медичної техніки, виробництво продовольчих та непродовольчих товарів, продукції легкої промисловості та важкої металургії, виробництво транспортних засобів, комп'ютерної техніки тощо);

- виконання будівельних та ремонтних робіт (ремонт автотранспорту, ремонт комп'ютерної техніки, ремонт електротехнічного обладнання, надання представницьких послуг тощо).

Діяльність ПГО АПВТ «Фірма Ласка» розпочалась в 1999 році з випуску лише двох видів морозива у вафельному стаканчику.

Сьогодні "Ласка" є однією з провідних компаній в українській індустрії морозива та членом Асоціації "Українське морозиво".

Компанія використовує сучасне обладнання, що відповідає європейським стандартам, має в штаті провідних фахівців, постійно вдосконалює технологію виробництва та впроваджує нові смаки морозива. Наразі компанія випускає понад сто смаків морозива, серед яких 18 смаків вафельного морозива з різними наповнювачами та добавками, 23 смаки ескімо з різними глазурями, 5 смаків сімейного морозива, 6 смаків морозива "Мозаїка" у поліетиленовій упаковці та 7 смаків тортів.

Для виготовлення морозива використовується тільки натуральна високоякісна сировина: незбиране молоко, масло вершкове, цукор, сухе знежирене молоко, какао, наповнювачі та добавки: родзинки, горіх, глазур, варення, джем, згущене молоко та інше.

На сьогоднішній день морозиво «Ласка» широко представлено на ринку у всіх регіонах України, а також за кордоном.

Згідно зі Статутом ПГО АПВТ «Фірма Ласка» за організаційно-правовою формою є товариством з обмеженою відповідальністю.

Відповідно до статті 50 Закону України "Про господарські товариства", товариством з обмеженою відповідальністю визнається

товариство, розділене на частки статутного фонду, розмір яких визначається установчим документом. За своїми правовими характеристиками товариство з обмеженою відповідальністю належить до об'єднань капіталів, але в ньому присутні деякі елементи особистих (індивідуальних) відносин між учасниками.

ТзОВ може включати два та більше учасників (від 2 до 5 осіб в середньому). Воно має ряд переваг: ширші фінансові можливості (об'єднання капіталів декількох партнерів, фінансове становище фірми стає більш стійким), спеціалізація в менеджменті (партнери доповнюють одне одного), свобода та оперативність дій. Але товариство має й ряд недоліків: труднощі в розподілі прибутків, розбіжності між партнерами в управлінні фірмою, труднощі з поділом майна при ліквідації товариства.

Товариство з обмеженою відповідальністю "Ласка" діє на підставі статуту. Однією з особливостей змісту установчого документа товариства є те, що, крім відомостей, загальних для всіх видів господарських товариств, він містить інформацію про розмір, розміри та склад часток кожного з учасників, а також про порядок внесення ними вкладів.

Як правило, той факт, що законодавець називає цей вид товариства "товариством з обмеженою відповідальністю", не означає, що відповідальність товариства як суб'єкта господарювання (юридичної особи) обмежується певним обсягом майна або коштів (наприклад, лише розміром статутного капіталу). Насправді це означає обмеження відповідальності учасників товариства, які несуть ризики товариства в межах своїх вкладів у капітал товариства. Установчим документом товариства з обмеженою відповідальністю ПГО АПВТ "Фірма Ласка" передбачено, що учасники, які не повністю внесли свої вклади до статутного капіталу товариства, також несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства у межах невнесеної частини вкладу.

Товариство з обмеженою відповідальністю ПГО АПВТ "Фірма Ласка" створює статутний фонд у розмірі, не меншому за еквівалент 100 мінімальних заробітних плат відповідно до мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення товариства.

Однією з відмінностей товариства з обмеженою відповідальністю від акціонерного товариства є те, що учасники товариства з обмеженою відповідальністю можуть передавати свої частки (або їх частину) одному або кільком учасникам товариства, якщо установчим документом не передбачено інше, а третій особі - лише за згодою інших учасників. Учасники товариства мають переважне право на придбання часток учасників, що переходять, пропорційно до їхніх часток у статутному капіталі товариства або в іншій кількості, визначеній за згодою сторін.

Учасник має право вийти з товариства з виплатою йому вартості частини майна товариства, пропорційної його частці у статутному капіталі товариства. На вимогу учасника та за згодою Товариства його вклад може бути повернутий повністю або частково в натуральній формі.

Збори акціонерів можуть своїм рішенням виключити учасника з товариства, якщо він систематично не виконує свої обов'язки або якщо його поведінка суперечить досягненню цілей товариства.

Ієрархія управління на підприємстві ПГО АПВТ «Фірма Ласка» має вертикальну структуру.

На чолі підприємства знаходиться Директор, який контролює роботу підприємства. Йому підпорядковуються та звітують Начальник відділу матеріально-технічного постачання, Головний бухгалтер, Заступник директора з виробництва, Начальник відділу технічного контролю, Заступник директора з економіки та Технічний директор.

Директорам та начальникам відділів підпорядковуються відповідні цехи та робочий персонал даного цеху або відділу.

Управління ПГО АПВТ «Фірма Ласка» забезпечується системою інститутів, створених акціонерами компанії. Функції управління товариством розподілені між різними органами:

- вищий орган - загальні збори акціонерів
- виконавчий - Рада директорів (правління)
- контрольний - ревізійна комісія.

Статутом до компетенції загальних зборів акціонерів можуть бути віднесені й інші питання.

Рішення вважається прийнятим, якщо за нього віддано більше 50% голосів від загальної кількості голосів акціонерів товариства.

Загальні збори акціонерів ТОВ "Комерційний банк "Ласка" проводяться не рідше двох разів на рік, якщо інше не передбачено установчими документами. Такі збори вважаються належним чином скликаними, якщо учасники, присутні на зборах (представники учасників), володіють у сукупності більш як 60% голосів.

Товариство з обмеженою відповідальністю має одноосібний виконавчий орган в особі директора. Директор вирішує всі питання діяльності товариства, крім тих, що належать до виключної компетенції Загальних зборів учасників, і його повноваження регулюються статтею 62 Закону України "Про господарські товариства" та установчими документами товариства.

Контроль за діяльністю виконавчих органів ТОВ здійснює Ревізійна комісія, яка складається не менше ніж з трьох осіб, що обираються Загальними зборами товариства з числа учасників. Діяльність ревізійної комісії регулюється статтею 63 Закону України "Про господарські товариства".

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства

В умовах ринкової економіки аналіз особливостей господарської діяльності підприємства зазвичай починається з усвідомлення його фінансового становища. (табл. 2.1, рис. 2.1)

Таблиця 2.1 – Основні результати діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»
за 2021-2022 рр.

Показники	2021		2022	
	Сума тис. грн.	% до отриманого доходу (понесених витрат)	Сума тис. грн.	% до отриманого доходу (понесених витрат)
Отримані доходи	196111	100,0	271943	100,0
-Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	152290	77,66	191248	70,33
-Інші операційні доходи	40875	20,84	78971	29,04
-Інші доходи	2946	1,50	1724	0,63
Витрати по діяльності	203997	100,0	275969	100,0
-Собівартість реалізованої продукції, на даних послуг	129423	63,44	164933	59,76
-Адміністративні витрати	7060	3,46	7146	2,60
-Витрати на збут	15717	7,70	14638	5,30
-Інші операційні витрати	45021	22,07	81480	29,53
-Інші витрати	2297	1,13	2451	0,89
-Фінансові витрати	3238	1,59	4254	1,54
-Податок на прибуток від звичайної діяльності	1241	0,61	63	0,02
Надзвичайні витрати	-	-	1004	0,36
Чистий прибуток (збиток)	-5404	-	-3900	-

За результатами діяльності підприємство в 2021-2022 рр. Було збитковим за 2022 рік збиток зменшився на 1504 тис. грн. Проаналізуємо більш детально, чи забезпечують отримані результати фінансову стійкість та незалежність підприємства.

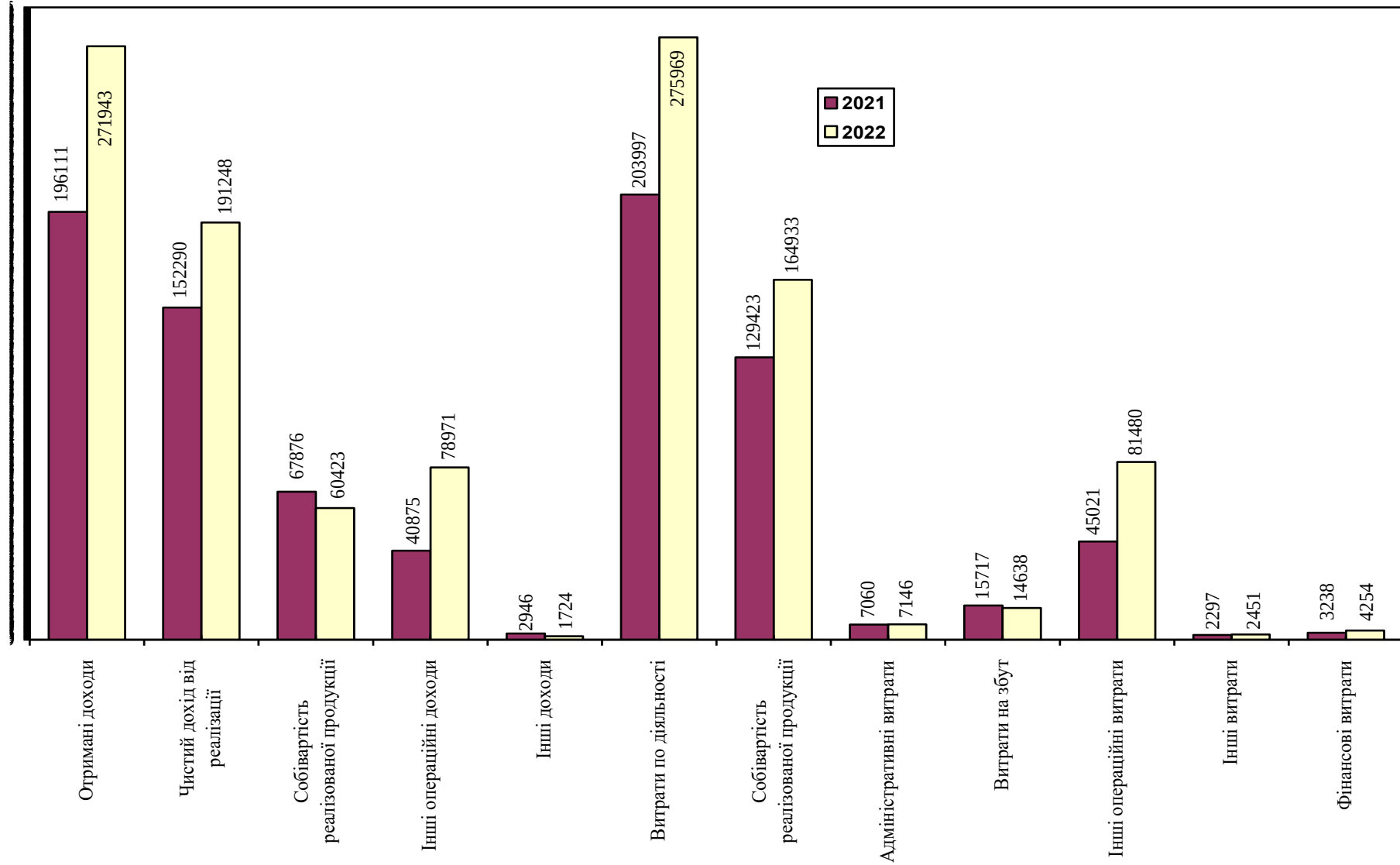


Рисунок 2.1 – Основні результати діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» за 2021-2022 рр

Аналіз структури та динаміки майна і джерел його утворення. Для здійснення аналізу використовуємо баланс (ф. 1) підприємства за 2022 рік шляхом ущільнення окремих статей (табл. 2.2, рис. 2.2).

Таблиця 2.2 – Аналіз структури та динаміки майна і джерел його утворення

Показники	2021		2022		Відхилення		
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага	Абсолютн +/-	Відно снє, %	пункті в
Актив балансу							
Необоротні активи	128261	66,8	137344	64,58	+9083	+7,08	-2,22
Оборотні активи	63522	33,09	75294	35,40	+11775	+18,54	+2,31
Витрати майбутніх періодів	163	0,11	20	0,02	-143	-87,7	-0,09
Разом	191946	100,0	212661	100,0	+20715	+10,8	X
Пасив балансу							
Власний капітал, цільове фінансування	159072	82,87	162408	76,40	+3336	+2,1	-6,47
Зобов'язання	32874	17,13	50253	23,60	+17379	+56,7	+6,47
Доходи майбутніх періодів	-	-	-	-	-	-	-
Разом	191946	100,0	212661	100,0	+200715	+10,8	X

Аналіз таблиці 2.2 свідчить, що валюта балансу збільшилась на 20715 т. грн. або на 10,8%, що пояснюється зміною в структурі майна і джерел його утворення. Так, збільшилась вартість необоротних активів на 9083т. грн. (7,08%), при одночасному збільшенні вартості оборотних активів на 11775т. грн. або на 18,54%.

Що стосується джерел утворення майна, то зросла сума власного капіталу на 3336т. грн. (2,1%), а також зросла сума зобов'язань на 17379 т. грн. або на 52,86%.

Збільшення валюти балансу на кінець року свідчить про наявність ознак т. з. «нормального балансу». В той час привертають увагу такі негативні тенденції, як різке зростання залученого капіталу.

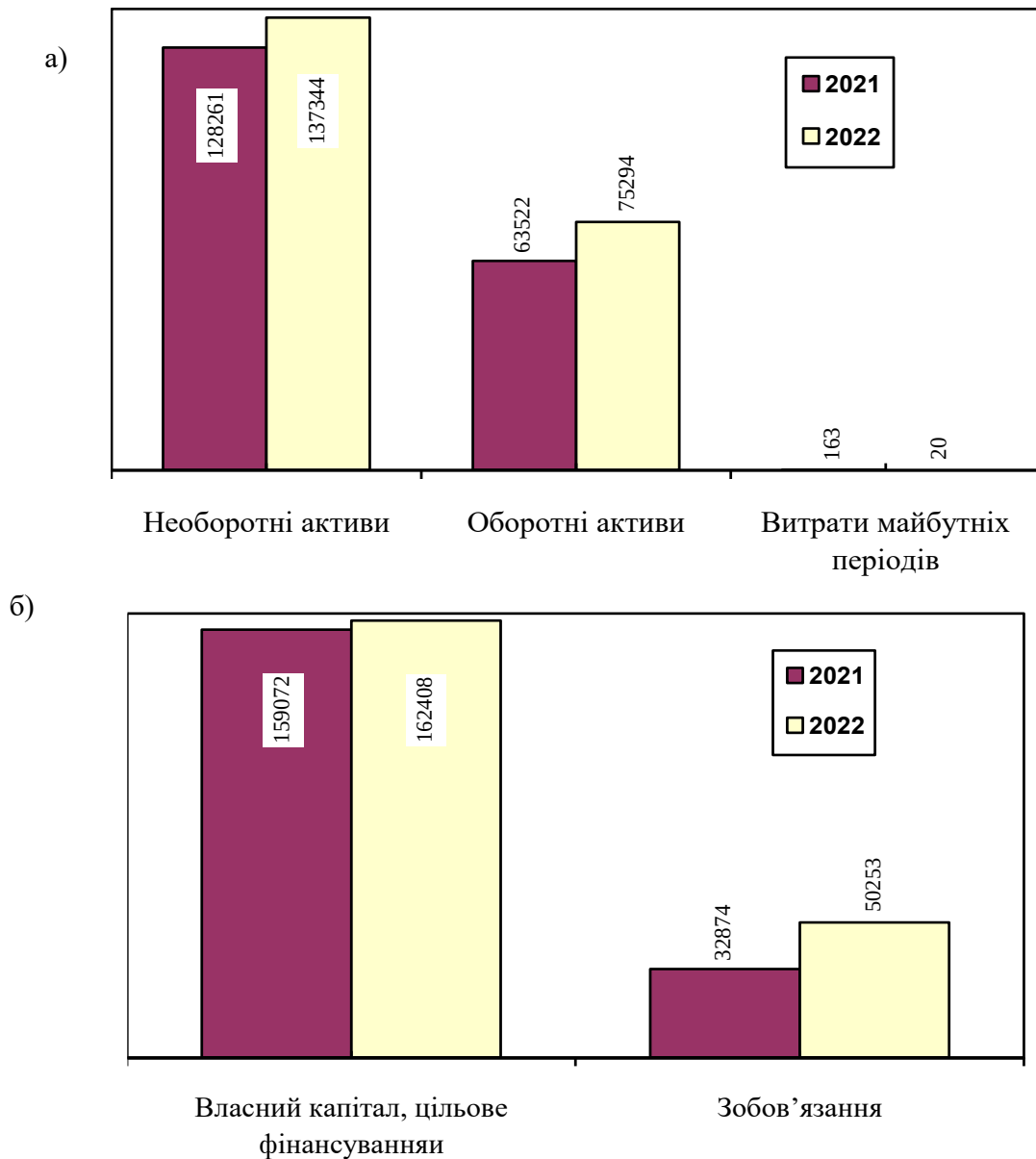


Рисунок 2.2 – Аналіз структури та динаміки майна і джерел його утворення:

а - актив балансу; б - пасив балансу

У структурі активів на кінець року зменшилась питома вага необоротних активів на 2,22 п. та одночасним зменшенням витрат майбутніх періодів на 0,09 п. Та збільшилися оборотні активи на 2,31п. Питома вага запасів у структурі ресурсів зменшилася на 6,47 пункту, а частка зобов'язань зросла на 6,47 пункту.

Отже, звідси висновок:

1) Хоча темпи зниження необоротних активів досить високі, вони врівноважуються приростом оборотних активів.

2) Темпи зростання залученого капіталу не врівноважуються зростанням власного капіталу, вартість його зменшується. Розглянемо більш детально аналіз структури і динаміки активів.

Нематеріальні активи. Наявність в складі підприємства нематеріальних активів, а особливо збільшення їх залишкової вартості на кінець року з 899т. грн. до 870 т. грн. свідчить про те, що підприємство проводить певну інвестиційну стратегію. Основні засоби і незавершене будівництво складають майже 98,6% (126,417 млн. грн.), що свідчить про орієнтацію підприємства на створення матеріальної основи для розширення виробництва. Зменшення вартості незавершеного будівництва (з 56794т. грн. до 55858 т. грн.), а також зменшення довгострокової дебіторської заборгованості (з 417 т. грн. до 176 т. грн. на кінець року) може позитивно вплинути на роботу, оскільки вказані активи беруть участь у виробничому процесі.

Оборотні активи. Питома вага виробничих запасів у вартості оборотних активів залишилась майже без зміни (біля 1,85%), а питома вага незавершеного виробництва збільшилась на 72,89% що може свідчити про підвищення ділової активності.

Зменшення питомої ваги готової продукції на 19,57%, а також збільшення дебіторської заборгованості за товари показує, що вибрана підприємством політика співпраці з торговим домом «Фірма Ласка» не повністю виправдала себе.

Збільшення грошових коштів на кінець року, а особливо наявність іноземної валюти із 117 до 233 свідчить про зміцнення фінансового стану.

Аналіз структури і динаміки пасивів.

Власний капітал, цільове фінансування. За даними балансу питома вага цієї статті зменшилась з 82,87% до 76,40% на кінець року. При детальному вивченні приходимо до висновку, що у власному капіталі відбулись незначні зміни за рахунок збільшення на 1957 т. грн. додаткового капіталу та зменшення нерозподіленого прибутку на 2031 т. грн.

Зобов'язання. Довгострокові зобов'язання банку зменшилися на 77,51% (з 19744тис.грн.. до 4441 тис.грн..)

В поточних зобов'язаннях значну питому вагу займає кредиторська заборгованість за товари: на початку року 4015тис.грн., на кінець 9696тис.грн., тобто зросла на 141,49%. Таке значне відхилення свідчить про не досить стабільний стан підприємства.

Абсолютні суми заборгованості за розрахунками з бюджетом, зі страхування, оплати праці збільшилися, хоча питома вага їх у структурі поточних зобов'язань зменшилась з 53,12% до 26,2%, що є позитивним для підприємства.

Одночасно, збільшилися абсолютні суми зобов'язань за короткостроковими кредитами з 1839 т. грн. до 21858т. грн.. і питома вага їх в структурі поточних зобов'язань зросла з 3,14% до 47,7%.

Визначивши загальну оцінку стану майна на підприємстві розраховуємо показники ефективного використання цього майна.

Аналітичні показники майнового стану. Для отримання більш об'єктивного висновку розрахуємо цей показник за 2020, 2021, 2022 р. (на кінець року), використовуючи баланс підприємства:

$$2020: \varphi_{o.z.} = \frac{59638}{185817} \cdot 100 = 32,10\%$$

$$2021: \varphi_{o.z.} = \frac{69623}{191946} \cdot 100 = 36,27\%$$

$$2022: \varphi_{o.z.} = \frac{77586}{212661} \cdot 100 = 36,48\%$$

Так як ця частка незначно і досить поступово збільшується при зростаючих обсягах реалізації продукції, це свідчить про стабільний стан підприємства.

Питома вага оборотних виробничих фондів в оборотних активах:

$$2020: \text{Чо в.ф.} = 32381/62843 = 0,52 = 52\%$$

$$2021: \text{Чо.в.ф.} = 33188/63685 = 0,52 = 52\%$$

$$2022: \text{Чо.в.ф.} = 32777/75317 = 0,44 = 44\%$$

Зменшення цієї частки в 2022 році свідчить про зменшення темпів нарощування обсягів виробництва.

Коефіцієнт мобільності активів - визначає частку мобільних активів, що припадає на одиницю немобільних активів.

$$2020: K_{\text{м об}} = 62843 / 122974 = 0,51$$

$$2021: K_{\text{м об}} = 63685 / 128261 = 0,50$$

$$2022: K_{\text{м об}} = 75317 / 137344 = 0,55$$

Збільшення частки обігових коштів, яка припадає на одиницю необоротних активів свідчить про скорочення оборотності майнових засобів і зменшення можливостей розширення виробництва.

Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства в 2022 р. Коефіцієнт абсолютної ліквідності - показує частину поточної заборгованості, яку підприємство може погасити найближчим часом і визначається:

$$2021: K = 1344 / 13130 = 0,1$$

$$2022: K = 3629 / 45812 = 0,08$$

Зниження частки на 0,02 свідчить про незначне погіршення швидкої платоспроможності підприємства.

Коефіцієнт критичної ліквідності (швидкої)

$$2021: K = 30334 / 13130 = 2,31$$

$$2022: K = 42484 / 45812 = 0,93$$

Коефіцієнт покриття

$$2021: K_{\text{пок}} = 64710 / 13130 = 4,93$$

$$2022: K_{\text{пок}} = 66253 / 45812 = 1,45$$

Частка оборотних засобів в активах

$$2021: \text{Чоб.п} = 64710 / 191946 = 0,34$$

$$2022: \text{Чоб.к} = 66253 / 216661 = 0,31$$

Робочий капітал, тобто розмір власних оборотних засобів

$$2021: PK = (64710 + 163) - (13130 + 0) = 51040 \text{ т. грн.}$$

$$2022: PK = (66353 + 20) - (45812 + 0) = 20461 \text{ т. грн.}$$

Узагальнимо розраховані показники в таблиці 2.3, рис. 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз показників ліквідності та платоспроможності підприємства за 2022 р.

Показники	Рекомендоване (нормативне) значення	2021	2022	Відхилення абсолютне (+/-)
Коефіцієнт покриття	>2,0	4,93	1,45	-3,48
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>1,0	2,31	0,93	-1,38
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,1	0,08	-0,02
Частка оборотних засобів в активах		0,34	0,31	-0,03
Робочий капітал (тис. грн.)		51040	20461	-30579

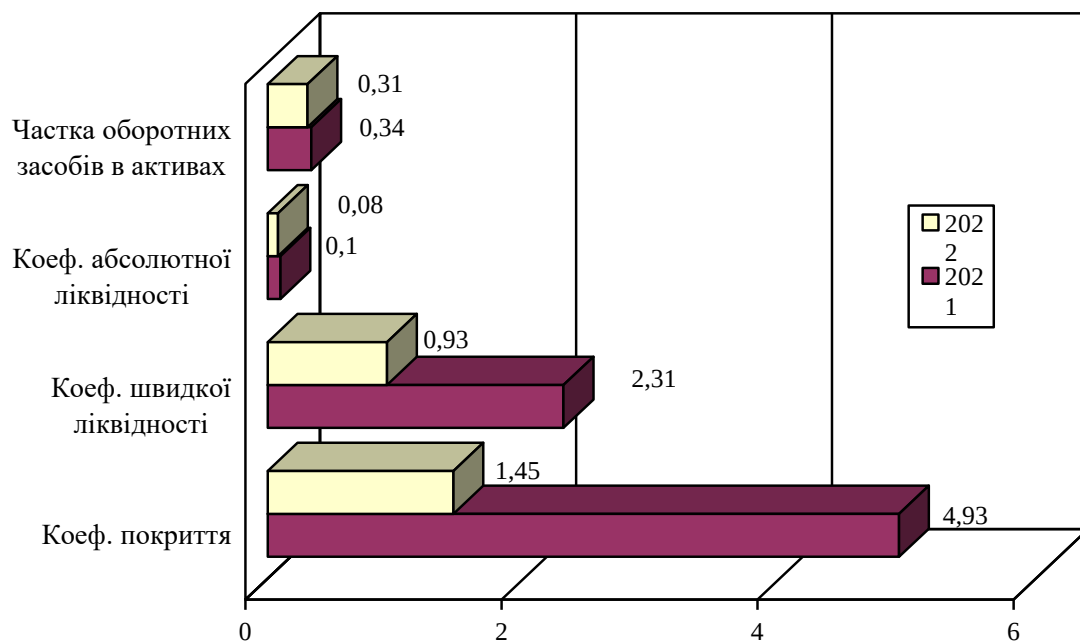


Рисунок 2.3 – Аналіз показників ліквідності та платоспроможності підприємства

Аналізуючи данні таблиці 2.3 можемо сказати, що коефіцієнт покриття на початок року більше нормативного, що є позитивним, а в кінці періоду не відповідає нормативному значенню, а саме у підприємства не має можливості покрити поточні зобов'язання за рахунок оборотних засобів. Крім того, якщо на початок року на 1 грн. поточних зобов'язань припадало 4,93 грн. оборотних активів, то на кінець - лише 1,45грн. Це свідчить про те, що підприємство у разі погашення поточної заборгованості повинно буде

припинити свою діяльність, так як у нього не буде оборотних засобів для продовження виробництва та ведення поточної діяльності.

Частка оборотних засобів у активах зменшилась з 34% на початок року до 31% на кінець. Враховуючи зростаючі обсяги реалізації в 2022 р. проти 2021 р. можна зробити висновок про ефективне використання оборотних засобів.

Різне зниження (на 59,9%) робочого капіталу на кінець року, тобто «фінансової подушки» створить певні труднощі в 2007 р. по погашенню всіх або більшої частини своїх поточних зобов'язань.

Аналіз руху грошових потоків. Справжні можливості будь-якого бізнесу в кінцевому рахунку визначаються не фінансовими показниками, а його здатністю генерувати грошові потоки, тобто надходження і виплати грошових коштів. Тому необхідно з'ясувати, чи є в розпорядженні підприємства в будь-який момент достатня кількість готівки.

Аналізуємо рух грошових коштів, узагальнивши дані ф. №3 в таблицю 2.4, рис. 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз руху грошових коштів

Показники	2021	2022	Відхилення	
			Абсолютне (+,-)	Відносне%
Залишок грошових коштів на початок року	864	156	-708	81,9
Надходження грошових коштів, у т. ч.:	153400	152108	-1292	0,8 рази
а) від операційної діяльності	6708	15245	+8537	1,3р.
б) від фінансової діяльності	146646	135237	-11409	-7,9
в) вплив зміни валютних коштів на залишок коштів	46	1626	+1580	в34,3р.
Витрачено грошових коштів, у т. ч.:	154108	152009	-2099	1,4
а) операційна діяльність	4273	14869	+10596	в 2,48 р
б) вплив зміни валютних коштів	82	978	+896	в10,9 10,10,83 р
в) від фінансової діяльності	149753	136162	13591	9,08
Чистий потік грошових коштів	-708	99	+807	1,14
Залишок грошових коштів на кінець року	156	255	+99	63,5

Як видно з таблиці 2.4 надходження грошових коштів в 2022 р. зменшились на 0,8% проти 2021 р., що зумовлено зменшенням надходжень від фінансової діяльності. Одночасно збільшились витрати грошових коштів на операційну діяльність в 2,48 р. при зменшенні витрат від фінансової діяльності на 9,08% проти 2021 р.

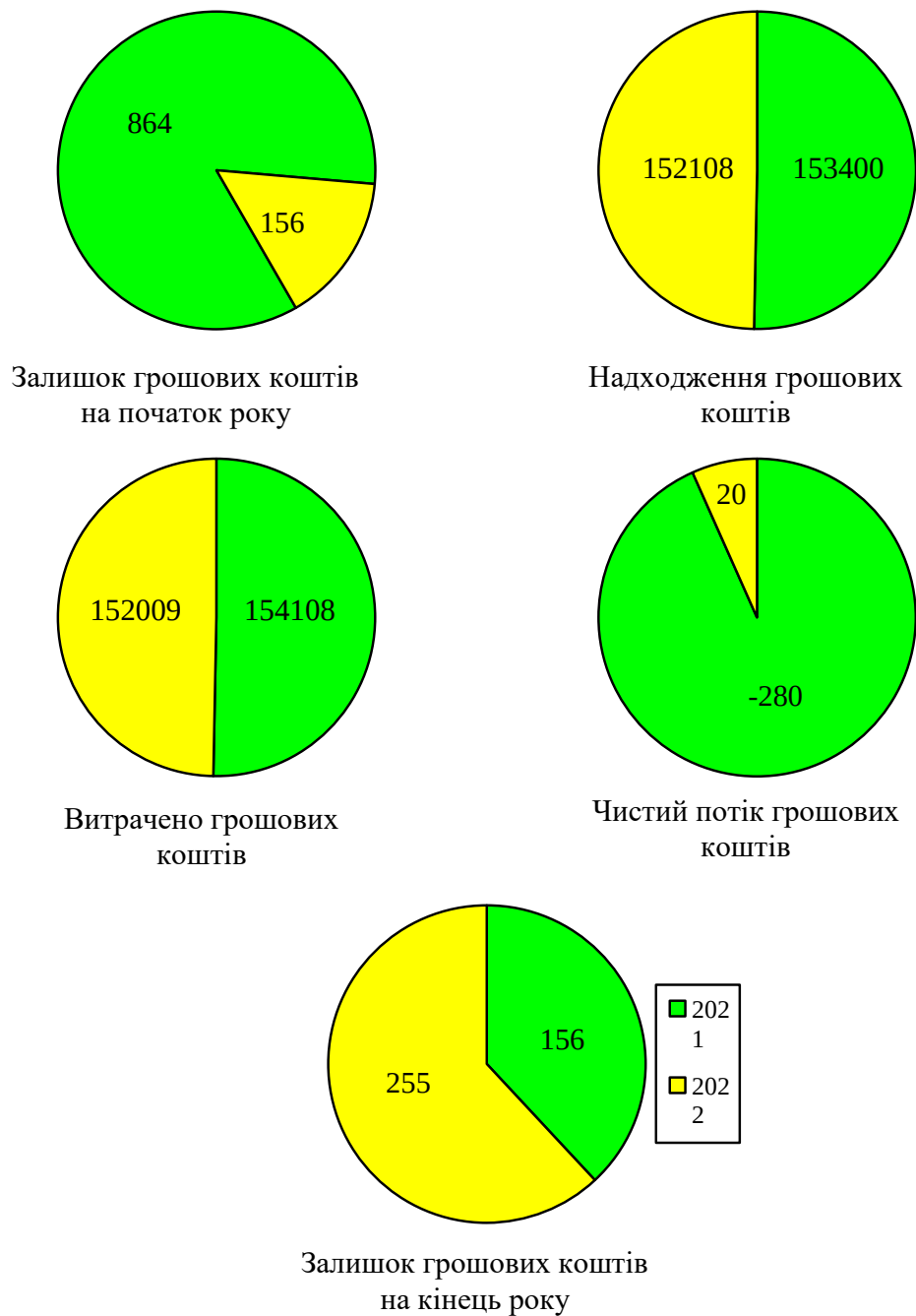


Рисунок 2.4 – Аналіз руху грошових коштів

В той же час зміна залишку грошових коштів з 864 т. грн. на початок 2021 р. до 255 т. грн. на кінець 2022 р. свідчить про досить ефективне управління фінансовими ресурсами, особливо при наявності кредиторської заборгованості.

Рівень достатності надходження грошових коштів:

$$2021: P_d = 153400 / 154108 * 100 = 99,5\%$$

$$2022: P_d = 152108 / 152009 * 100 = 100,1\%$$

Розрахункові показники вказують на збалансованість надходження грошових потоків як в 2021 р., так і в 2022 р., тобто грошових кошти надходили стільки, скільки їх було потрібно для здійснення виплат.

Аналіз фінансової стійкості підприємства. Для розрахунків та визначення показників оцінки фінансової стійкості використовуємо дані балансу (ф. №1) на початок і кінець звітного періоду (2022 р.).

Коефіцієнт автономії

$$2021 : \text{Кав.} = 159072 / 191946 = 0,83$$

$$2022 : \text{Кав.} = 162408 / 212661 = 0,76$$

Коефіцієнт фінансової залежності

$$2021 : \text{Кфз.} = 191946 / 159072 = 1,21$$

$$2022 : \text{Кфз.} = 212661 / 162408 = 1,31$$

Маневреність робочого капіталу

$$2021 : \text{М.} = 33188 / 50392 = 0,66$$

$$2022 : \text{М.} = 32771 / 29485 = 1,11$$

Коефіцієнт маневреності робочого капіталу

$$2021 : \text{К.} = 50392 / 159072 = 0,32$$

$$2022 : \text{К.} = 29485 / 162408 = 0,18$$

Коефіцієнт фінансової стійкості

$$2021 : \text{Кф.} = 159072 / 32874 = 4,84$$

$$2022 : \text{Кф.} = 162408 / 50253 = 3,23$$

Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу (фінансування)

$$2021 : \text{Кс.} = 32874 / 159072 = 0,21$$

$$2022 : \text{Кс.} = 50253 / 162408 = 0,31$$

Коефіцієнт стійкості фінансування

$$2021 : \text{Ксф.} = 178816 / 191946 = 0,93$$

$$2022 : \text{Ксф.} = 166849 / 212661 = 0,78$$

Коефіцієнт концентрації залученого капіталу

$$2021 : \text{Кк.} = 32874 / 191946 = 0,17$$

$$2022 : \text{Кк.} = 50253 / 212661 = 0,24$$

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами

$$2021 : K_3 = 30811/63522 = 0,48$$

$$2022 : K_3 = 25064/75297 = 0,33$$

Коефіцієнт поточних зобов'язань

$$2021 : K_{пз} = 13130/32874 = 0,4$$

$$2022 : K_{пз} = 45812/50253 = 0,91$$

Коефіцієнт страхування бізнесу

$$2021 : K_с = 433/191946 = 0,002$$

$$2022 : K_с = 433/212661 = 0,002$$

Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом (рівень покриття матеріальних оборотних активів)

$$2021 : K_з = 50445/33188 = 1,52$$

$$2022 : K_з = 29485/32777 = 0,9$$

Для комплексної оцінки фінансової стійкості підприємства зведемо отримані розрахунки в таблицю 2.5, рис. 2.5 і порівняємо з нормативними (рекомендованими) значеннями.

Таблиця 2.5 – Оцінка фінансової стійкості підприємства

ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» 2021-2022 р.

Показники	2021	2022	Відхилення абсолютне (+,-)	Нормативне (рекомендоване) значення
Коефіцієнт автономії	0,83	0,76	-0,07	>0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	1,21	1,31	+0,1	<2,0
Маневреність робочого капіталу	0,66	1,11	+0,45	–
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	0,32	0,18	-0,14	>0,5
Коефіцієнт фінансової стійкості	4,84	3,23	-1,61	> 1
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	0,21	0,31	+0,1	
Коефіцієнт стійкості фінансування	0,93	0,78	-0,15	0,8-0,9
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,17	0,24	+0,07	<0,5
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,48	0,33	-0,15	>0,1
Коефіцієнт поточних зобов'язань	0,4	0,91	+0,51	>0,5
Коефіцієнт страхування бізнесу	0,002	0,002	0	>0,2
Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	1,52	0,9	0,62	>0,2

Аналізуючи показники, приходимо до висновку, що в цілому на підприємстві підтримується стійкий фінансовий стан.

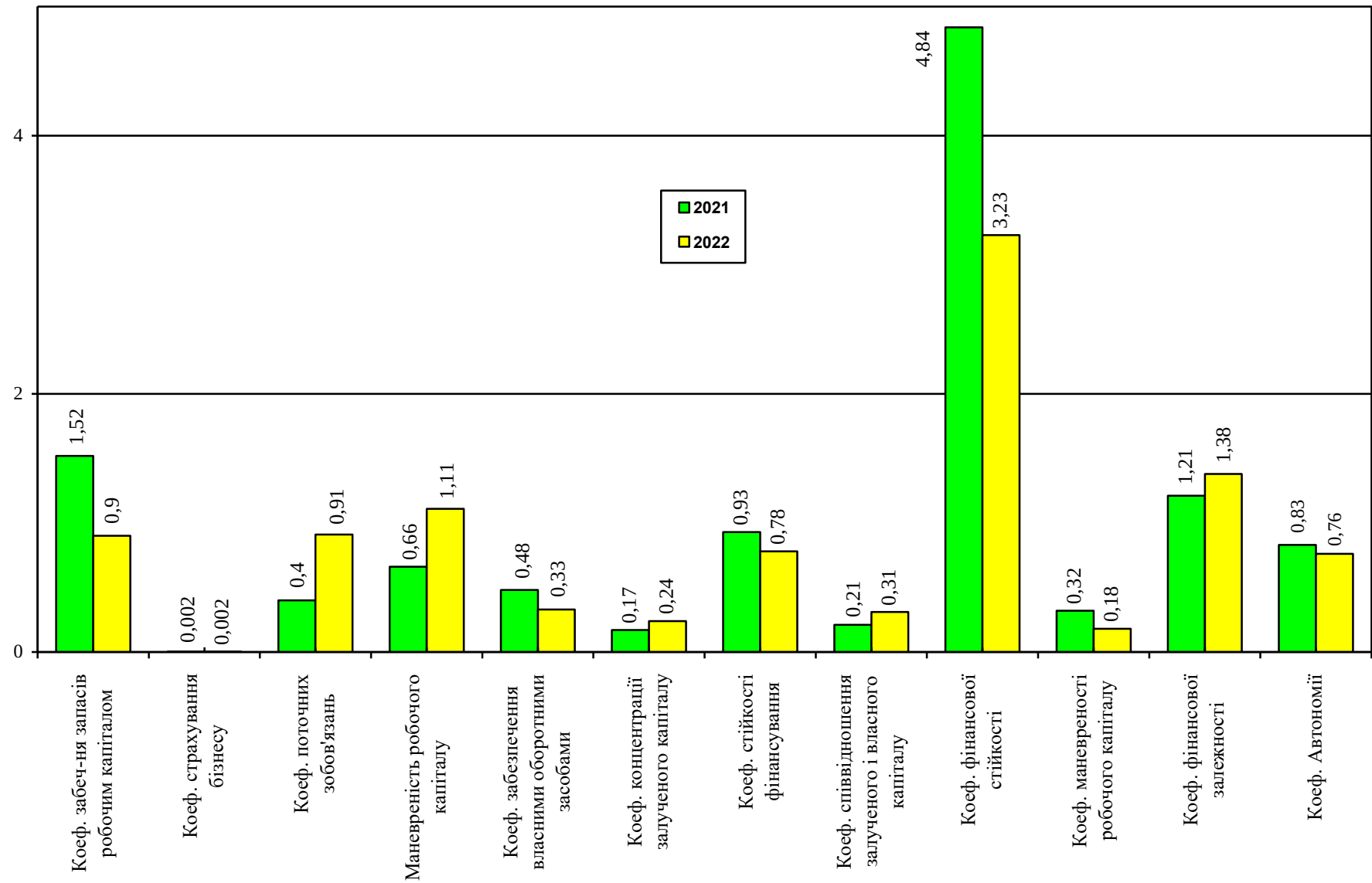


Рисунок 2.5 – Оцінка фінансової стійкості підприємства ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»

Аналіз рівня показників фінансових результатів. Використовуючи дані фінансової звітності (ф. №2) порівнюємо результати діяльності підприємства за 2021 і 2022 роки (табл. 2.6, рис. 2.6).

Таблиця 2.6 – Оцінка фінансових результатів діяльності

ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» за 2021 - 2022 рр.

Показники	2021	2022	Відхилення	
			Абсолютне (+,-)	Відносне %
Доход від реалізації продукції	159795	196471	+36676	+23,0
ПДВ	6646	4411	-2235	-33,6
Чистий дохід від реалізації	152290	191248	+38958	+25,6
Собівартість реалізованої продукції	129423	164933	+35510	+27,4
Валовий прибуток (збиток)	22867	26315	+3448	+15,1
Інші операційні доходи	40875	78971	+38096	+93,2
Адміністративні витрати	7060	7146	+86	+1,2
Витрати на збут	15717	14638	-1079	-6,9
Інші операційні витрати	45021	81480	+36459	+81,0
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	4056	2022	-2034	-50,1
Інші доходи	2946	1724	-1222	-41,5
Фінансові витрати	3238	4254	+1016	+31,4
Інші витрати	2297	2451	+154	+6,7
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	-6645	-2959	-3686	-55,5
Чистий прибуток (збиток)	-5404	-3900	-1504	-27,8

Аналіз результатів приведених в таблиці 2.6 свідчить, що не зважаючи на збільшення обсягів реалізації продукції підприємство збільшило валовий прибуток на 15,1%, прибуток від операційної діяльності знизився на 50,1%, в зв'язку із суттєвим ростом інших операційних витрат – 81,0%. В той же час збиток від звичайної діяльності в 2022 р., порівняно з 2021 р. зменшився на 3686 т.грн.. (55,5%), що пояснюється збільшенням інших операційних витрат (послуги, надані підприємству торговим домом). Збиток підприємства знизився на 27,8% або на 1504 тис.грн..

Для більш детального дослідження фінансових результатів необхідно проаналізувати структуру доходів та структуру витрат (табл. 2.7, рис. 2.7; табл. 2.8, рис. 2.8).

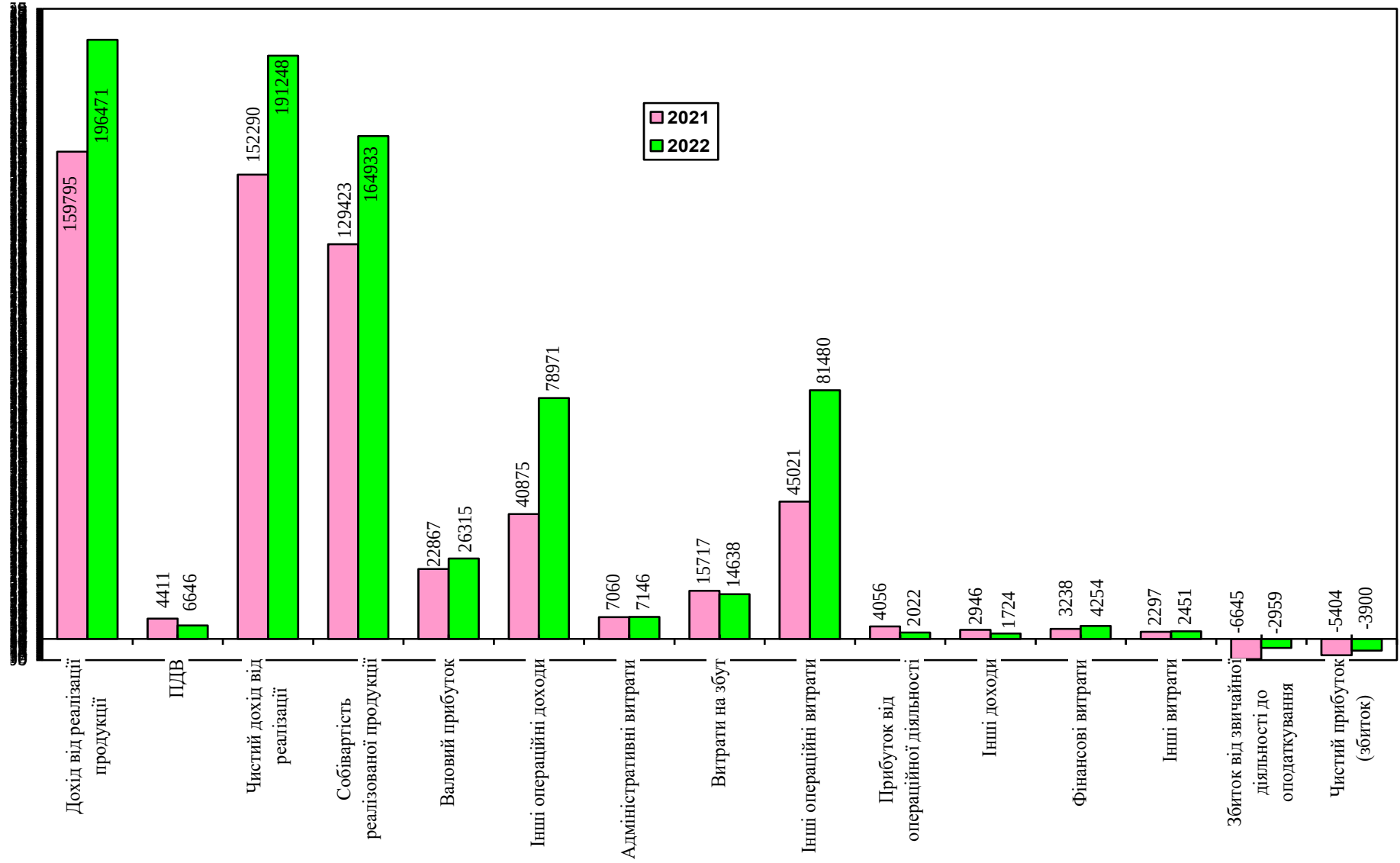


Рисунок 2.6 – Оцінка фінансових результатів діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» за 2021 – 2022 рр.

Таблиця 2.7 – Аналіз структури доходів ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»
за 2021-2022 рр.

Показники	2021		2022		Відхилення		
	сума тис. грн.	питома вага, %	сума тис. грн.	питома вага, %	Абсолютне (+,-)	Віднос не %	пунктів
Чистий дохід від реалізації продукції	152290	77,66	191248	70,33	+38958	+25,6	-7,33
Інші операційні доходи	40875	20,84	78971	29,04	+38096	+93,2	+8,2
Інші доходи	2946	1,5	1724	0,63	-1222	-41,48	-0,87
Разом	196111	100,0	271943	100,0	+78276	39,9	-

Проаналізувавши структуру доходів таблиці 2.7 бачимо, що не зважаючи на збільшення чистого доходу від реалізації на 25,6%, його питома вага в структурі доходу зменшилася на 7,33п. Збільшилась питома вага і абсолютна величина інших операційних доходів на 38096 тис.грн. (на 93,2%).

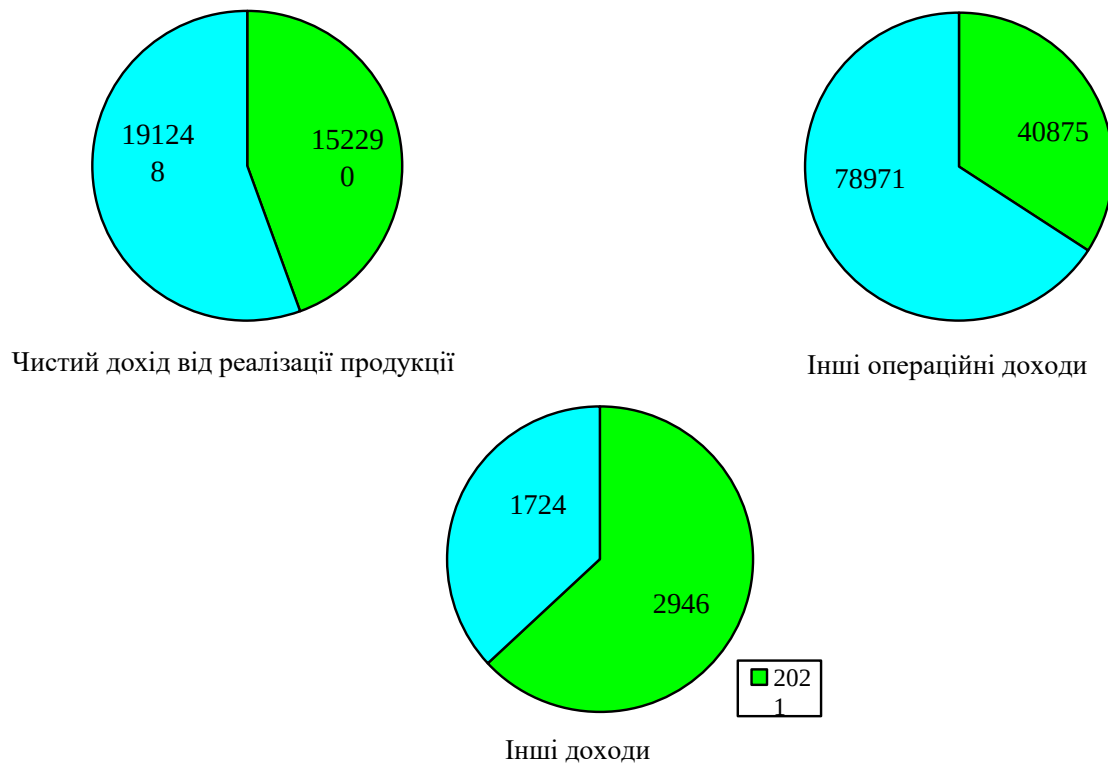
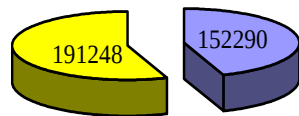


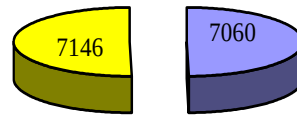
Рисунок 2.7 Аналіз структури доходів ВАТ «Червона зірка»

Таблиця 2.8 – Аналіз структури витрат ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»
за 2021 - 2022 рр.

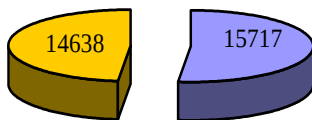
Показники	2021		2022		Відхилення		
	Сума	Пит. вага, %	Сума	Пит. вага, %	Абсолютне (+,-)	Відносне %	Пункт
Собівартість реалізованої продукції	152290	67,1	191248	63,3	38958	25,6	-3,8
Адміністративні витрати	7060	3,1	7146	2,4	+86	+1,2	-0,7
Витрати на збут	15717	6,9	14638	4,8	-1079	-6,9	-2,1
Інші операційні витрати	45021	19,8	81480	27	36459	81,0	7,1
Фінансові витрати	3238	1,4	4254	1,41	1016	31,4	0,02
Інші витрати	2297	1,0	2451	0,8	154	6,7	-0,2
Податок на прибуток	1241	0,5	63	0,02	-1178	-94,9	-0,58
Надзвичайні витрати	-	-	1004	0,33	+1004	0,33	0,33
Разом	226864	100	302284	100	75420	33,2	-



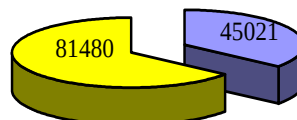
Собівартість реалізованої продукції



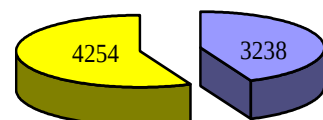
Адміністративні витрати



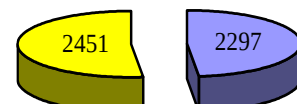
Витрати на збут



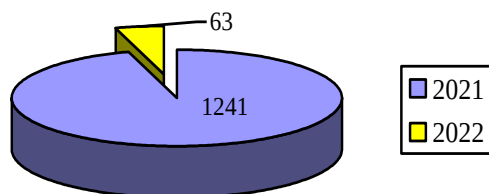
Інші операційні витрати



Фінансові витрати



Інші витрати



Податок на прибуток

Рисунок 2.8 – Аналіз структури витрат ПОГ АПВТ «Фірма Ласка»
за 2021 - 2022 рр.

За даними таблиці 2.8 на підприємстві в 2022 р. знизився рівень всіх видів витрат, крім інших операційних витрат, рівень яких зріс на 7,2 п., що пов'язано з посередницькими послугами торгового дому. З цією ж причиною пов'язані і структурні зміни: зменшення питомої ваги собівартості реалізованої продукції на 3,8 п. з одночасним збільшенням частки інших операційних витрат з 19,8% до 27%. Передача певних повноважень по реалізації готової продукції вплинула також і на зниження частки адміністративних витрат та витрат на збут.

Аналіз господарської діяльності організації.

Показники ділової активності дають змогу оцінити ефективність застосування власних коштів підприємства та виражаються в оцінці оборотності активів підприємства.

Коефіцієнт оборотності активів

2021: $152290/188881,5=0,81$

2022: $191248/202303,5=0,945$

Коефіцієнт оборотності оборотних активів

2021: $152290/63056,5=2,42$

2022: $191248/69409,5=2,76$

Коефіцієнт оборотності запасів

2021: $152290/32784,5=4,65$

2022: $191248/32987,5=5,8$

Коефіцієнт оборотності власного капіталу

2021: $152290/162546,5=0,94$

2022: $191248/160740=1,19$

Коефіцієнт оборотності коштів в розрахунках дебіторська заборгованість

2021: $152290/28625,5=5,32$

2022: $191248/33940,5=5,63$

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості

2021: $152290/13615,5=11,19$

2022: $191248/29471=6,49$

Коефіцієнт завантаженості активів

2021: $188881,5/152290=1,24$

2022: $202303,5/191248=1,06$

Коефіцієнт завантаженості активів в обороті (вартість оборотних активів на одну грн.. продажу)

2021: $63056/152290=0,41$

2022: $69409,5/191248=0,36$

Коефіцієнт завантаженості власного капіталу

2021: $160740/152290=1,06$

2022: $162546,5/191248=0,85$

Зводимо основні показники ділової активності в таблицю 2.9, рис 2.9.

Таблиця 2.9 – Показники ділової активності

Показники	Роки		Відхилення абсолютне
	2021	2022	
Коефіцієнт оборотності активів	0,81	0,945	+0,135
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,42	2,76	+0,34
Коефіцієнт оборотності запасів	4,65	5,80	+1,15
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,94	1,19	+0,25
Коефіцієнт дебіторської заборгованості	5,32	5,63	+0,31
Коефіцієнт кредиторської заборгованості	11,19	6,49	-4,70
Коефіцієнт завантаженості активів	1,24	1,06	-0,18
Коефіцієнт завантаженості активів в обороті	0,41	0,36	-0,05
Коефіцієнт завантаженості власного капіталу	1,06	0,85	-0,21

Як видно із таблиці інтенсивність використання активів зросла з 0,81 до 0,945, тобто на 0,135п. Зросла і швидкість обороту оборотних активів на 0,34 п., що позитивно характеризує роботу підприємства. Значно зріс коефіцієнт оборотності запасів (на 1,15 пункту), тобто з кожної вкладеної в запаси гривні отримано 1,15 грн. доходу. Про більш ефективне використання капіталу та ріст ділової активності свідчить коефіцієнт оборотності власного капіталу, який зріс на 0,25 пункту. Зростання коефіцієнта дебіторської заборгованості свідчить про те, що розмір комерційного кредиту знижується.

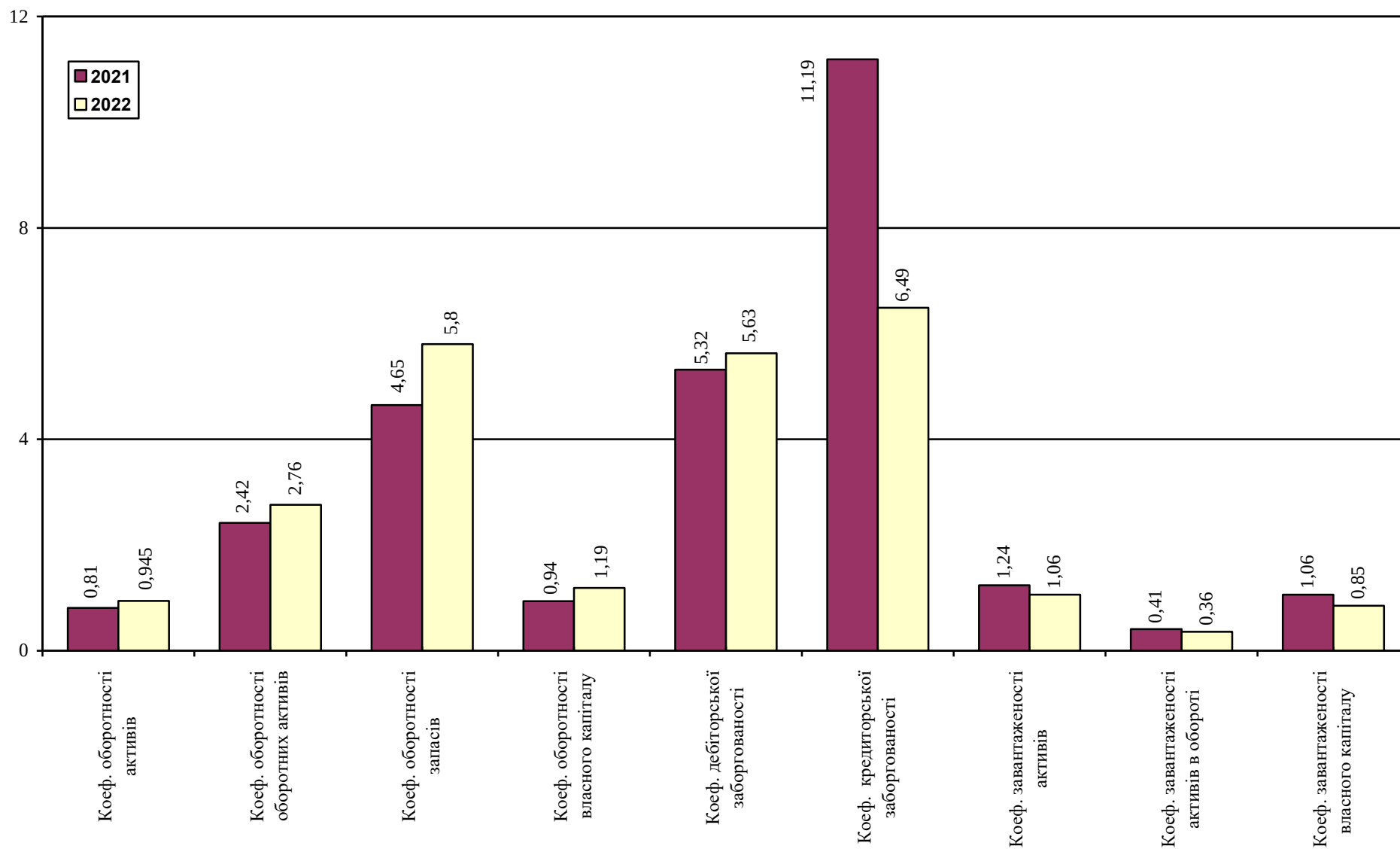


Рисунок 2.9 – Показники ділової активності (оборотності)

Зниження коефіцієнту кредиторської заборгованості на 4,7 п. Підтверджує припущення про зменшення розміру комерційного кредиту. Зниження коефіцієнта завантаженості активів на 0,18 п. і активів в обороті на 0,05 п. свідчить про підвищення ефективності використання активів підприємства.

Комплексний аналіз ділової активності передбачає аналіз дебіторської і кредиторської заборгованості. Розмір дебіторської заборгованості визначається компанією на основі умов оплати клієнта. Якщо умови оплати є жорсткими, продажі зменшаться, а дебіторська заборгованість відповідно зменшиться, тому що покупці не можуть платити в кредит. Кредиторська заборгованість перед постачальниками може розглядатися як безкоштовний кредит для фірми, але фірми не завжди зацікавлені в таких кредитах, оскільки постачальники пропонують великі знижки на свої товари.

Аналіз дебіторської і кредиторської заборгованості наведений в таблиці 2.10, рис. 2.10.

Таблиця 2.10 – Показники дебіторської і кредиторської заборгованості

Показники	Роки		Відхилення абсолютне
	2021	2022	
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5,32	5,63	+0,31
Тривалість обороту	67,7	63,9	-3,8
Частка дебіторської заборгованості в загальній сумі оборотних активів	0,45	0,48	+0,03
Частка дебіторської заборгованості в загальній сумі оборотних активів	11,19	6,49	-5,41
Тривалість погашення кредиторської заборгованості	32,2	55,5	+23,3
Частка кредиторської заборгованості в загальному обсязі оборотних активів	0,21	0,42	+0,21

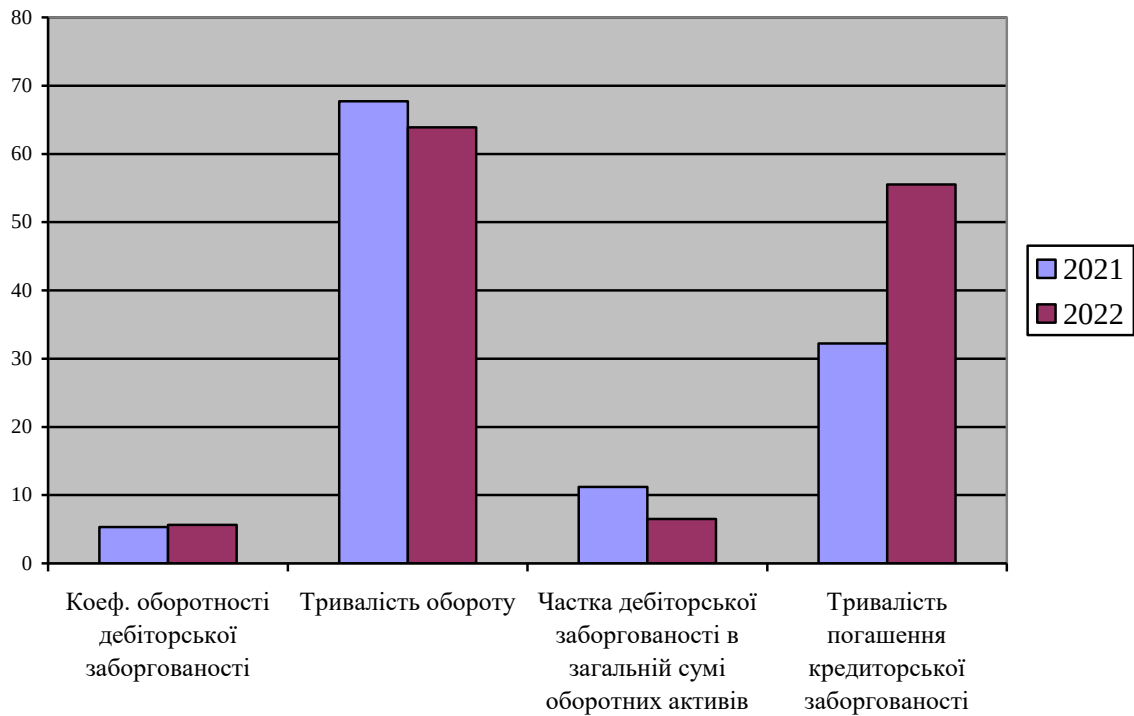


Рисунок 2.10 – Показники дебіторської і кредиторської заборгованості

Як видно з таблиці 2.10 збільшення коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості характеризує швидкість обороту, яка зросла на 0,31 п., що дозволило скоротити тривалість обороту з 67,7 днів до 63,9 днів, тобто на 3,8 дня. В той же час збільшилася тривалість обороту кредиторської заборгованості з 32,2 до 55,5 днів, що позитивно характеризує роботу підприємства, оскільки кошти в кредиторській заборгованості використовуються підприємством.

2.3. Аналіз зовнішньоекономічних зв'язків підприємства

Зміни у вартісній структурі експорту країни та товарів визначаються шляхом розрахунку вартості експорту в тисячах угій та їх відсоткової частки в загальному обсязі експорту для кожного року порівняння (таблиця 2.11, рисунок 2.11). Якщо індекс структури обсягу більше 1, це означає, що частка дорожчих товарів у товарній групі збільшується, а частка дешевших товарів зменшується. Якщо структура протилежна, то індекс буде меншим за 1.

Індекс економічної ефективності експорту - важливий показник економічної ефективності експорту, який визначає ступінь впливу кількісних, цінових та структурних факторів на приріст експортного обороту певної товарної групи.

Таблиця 2.11 – Аналіз структури експорту за групами країн – покупців

Групи країн	2021		2022		Відхилення		
	Відван. тис.грн..	Пит. вага	Відван. тис.грн.	Пит. вага	Абсолютне (+,-) тис.грн.	Відносне %	Пунк- тів
Країни Європи	17125	32,58	20275	34,19	+3150	18,49	+1,61
Країни Азії	2362,4	4,49	2983,6	5,03	+621,2	26,3	+0,54
Країни СНД	24100	45,85	25340	42,74	+1240	5,15	-3,11
Країни Африки	8980	17,08	10700	18,04	+1720	19,15	+0,96
Разом	52567,4	100,00	59298,6	100,00	+6731,2	12,8	-

Аналіз даних таблиці 2.11 свідчить, що обсяг експорту збільшився у 2022 р. порівняно з 2021 р. як у цілому так і по кожній окремій групі країн.

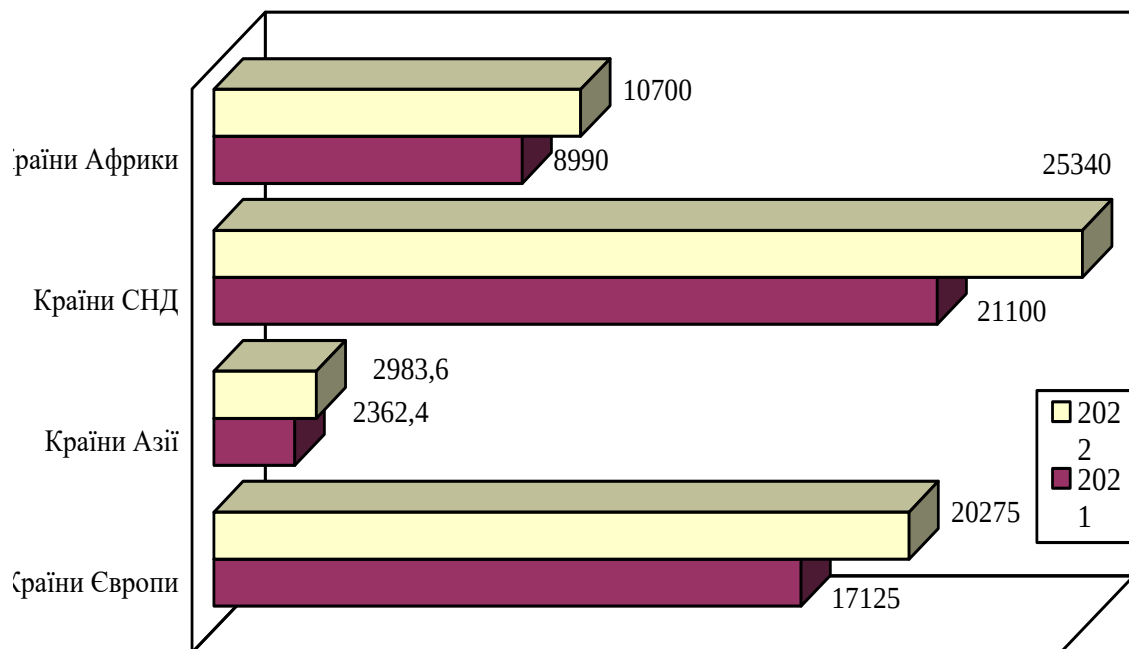


Рисунок 2.11 – Аналіз структури експорту за групами країн – покупців

В структурі експорту за 2022 рік значну питому частку поставок продукції займають поставки в країни СНД та Європи (42,74% та 34,19% відповідно), хоча до країн СНД вони зменшились на 3,11 пункти, що скоріш за

все викликано політичними причинами. За іншими групами країн спостерігається зростання питомої ваги експорту в загальній його структурі.

З метою вивчення напрямів експорту проаналізуємо його структуру, виходячи з видів експортних контрактів (табл. 2.12 (див. додаток А), рис. 2.12).

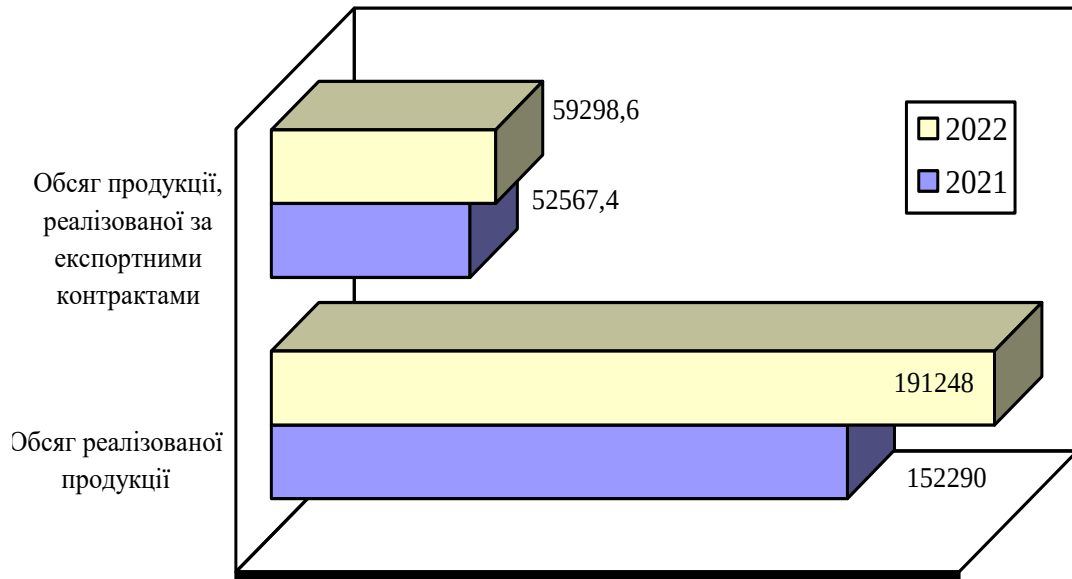


Рисунок 2.12 – Аналіз структури продукції, реалізованої за експортними контрактами

Дані таблиці 2.12 свідчать, що існує тенденція загального збільшення обсягів реалізації зі збільшенням обсягів експортованих товарів. При цьому відбулося зменшення обсягів реалізації за прямими експортними договорами та на умовах консигнації. Одночасно у структурі експорту найбільшу частку займала реалізація за прямими експортними договорами (79,6% у 2022 році та 67,23% у 2021 році). Найменшу частку у загальній структурі експорту за обидва роки займає реалізація за бартерними угодами, відповідно – 0,22 і 0,38%.

За експортними контрактами, на обсяг реалізації продукції, впливають різноманітні чинники. Для виявлення їх впливу проведемо факторний аналіз обсягу реалізації продукції, який приведений в таблиці 2.13, рис. 2.13.

Таблиця 2.13 – Факторний аналіз обсягів реалізації експортної продукції (вихідні дані)

Показники	Один. вим.	2021	2022	Відхилення	
				Абсолютне (+,-)	Відносне %
Обсяг продукції реалізованої за експортними контрактами	тис. грн.	52567,4	59298,6	+6131,2	+12,8
Загальна кількість експортних контрактів	штук	50	54	+4	+8,0
Кількість іноземних покупців, замовників	штук	12	13	+1	+8,3
Середня сума одного експортного контракту	тис. грн.	1051,3	1098,1	+46,8	+4,44
Середня кількість експортних контрактів на одного покупця	штук	4,17	4,15	-0,02	-0,48

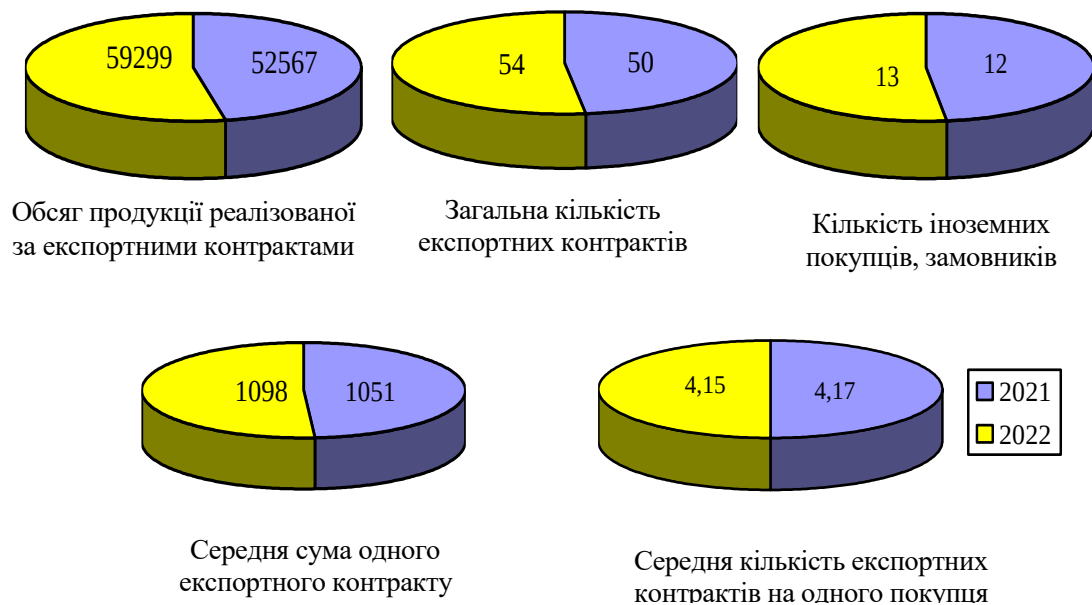


Рисунок 2.13 – Факторний аналіз обсягів реалізації експортної продукції

Визначаємо вплив збільшення середньої суми одного контракту на обсяг реалізації.

$$1098,1 * 4,17 * 12 = 54948,9 \text{ тис.грн.}$$

$$54948,9 - 52567,4 = 2381,5 \text{ тис.грн.}$$

Визначаємо вплив зменшення середньої кількості експортних контрактів

$$1098,1 * 4,15 * 12 = 54685,4 \text{ тис.грн.}$$

$$56685,4 - 54948,9 = - 263,5 \text{ тис.грн.}$$

Визначаємо вплив збільшення кількості покупців

$$59298,6 - 54685,4 = 4613,2 \text{ тис.грн.}$$

Загальний вплив 3-ох факторів на обсяг реалізованої експортної продукції становить: $2381,5 - 263,5 + 4613,2 = 6731,2$ тис.грн.

Отже збільшення середньої суми одного експортного контракту на 46,8 тис.грн. сприяло росту обсягів реалізованої експортної продукції на 2381,5 тис.грн.; зниження середньої кількості експортних контрактів на 0,02 штуки призвело до зменшення обсягів реалізованої експортної продукції на 263,5 тис.грн. Збільшення загальної кількості клієнтів на одну одиницю призвело до збільшення обсягів реалізованої експортної продукції на 4613,2 тис.грн., що і спричинило збільшення обсягів у звітному періоді на 6731,2 тис.грн.

Аналіз виконання плану за експортними операціями дає можливість оцінити на скільки ефективно прийнято управлінське рішення та правильно оцінена можливість його виконання (табл. 2.14, рис 2.14).

Таблиця 2.14 – Виконання плану за експортними поставками

Країна	План тис.грн..	Факт тис.грн.	% виконання плану.	Відхилення абсолютне тис.грн.
Словаччина	2138,46	2150,0	101,01	+21,54
Турція	1388,0	1400,0	100,86	+12,07
Пакістан	322,44	350,0	108,55	+27,56
Разом	3838,9	4200,0	109,41	+361,1

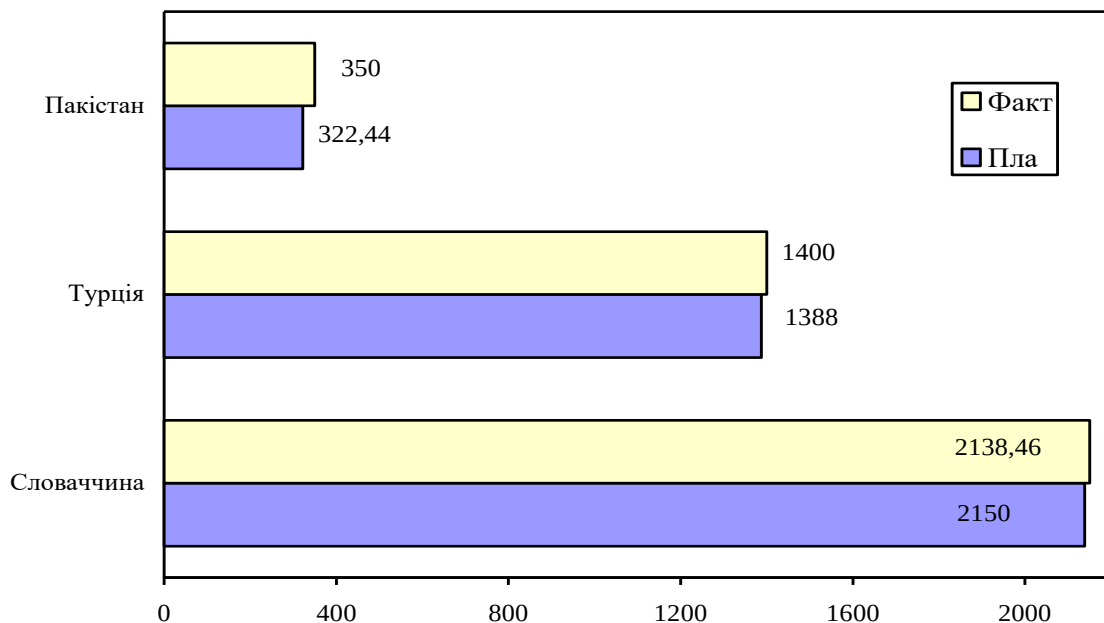


Рисунок 2.14 – Виконання плану за експортними поставками

Аналізуючи данні таблиці 2.14 видно, що за поставками у Словаччину план був перевиконан на 21,54 тис.грн. або на 1,01%, за поставками в Пакистан план перевиконано на 27,56 тис.грн.. або на 8,55%.

Хоча планові обсяги експорту у вартісному виразі виконувалися, однак мали місце окремі випадки недовиконання умов контрактів за строками поставок.

Таблиця 2.15 – Обсяги і терміни експортних поставок

Країна, фірма	План		Факт		Відхилення	
	Вартість тис.грн..	Термін, дн.	Вартість тис.грн	Термін дн.	Відхилення абсолютне тис. грн.	Термін дн.
Словаччина “Апіс”	728,46	14.08.06	750,00	16.08.06	21,54	2
Турція “Пак шан”	388,00	10.09.06	400,00	20.09.06	12,0	10

Аналізуючи данні таблиці 2.15 можна сказати, що термін поставки в Словаччину фірмі «АПІС» був з відхиленням на два дні, а сума контракту зросла на 21,54 тис.грн.

Основною причиною затримки виконання поставки з договором № 60 словацькій фірмі “Апіс” була невчасна оплата покупцем вартості товару. Затримка виконання договору с турецькою фірмою “Пакшан” зумовлена необхідністю поставки великої кількості товару на прохання іншого замовника з Турції. Обсяги поставок в Турцію фірмі «Пакшан» були виконані повністю з перевищенням на 12 тис. грн.

2.4. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Показником економічної ефективності експортних продажів є валютна виручка від експортних продажів на 1 гривню, витрачену підприємством.

2021: $52567,4/45000=1,17$ грн./грн..

2022: $59248,6/50000=1,18$ грн./грн..

В 2022 році підприємство отримало на кожну гривню реалізації експортних товарів 1,18 грн. інвалютного доходу. В 2021 році цей показник був 1,17 грн. Таким чином приріст склав 1,17%.

Коефіцієнт ефективності виражений також у відсотках.

Звітний показник продуктивності експортних продажів слід порівняти з аналогічним показником за попередній період, що допоможе визначити, які зміни в продуктивності експортних продажів відбулися у звітному періоді порівняно з попереднім періодом.

Важливо також порівняти індекс економічної ефективності експорту з індексом ефективності продажів експортованих товарів на внутрішньому ринку:

2021: $46620/45000=1,04$ грн./грн..

2022: $52840/50000=1,06$ грн./грн..

Оскільки в 2021 році коефіцієнт ефективності експортних товарів на внутрішньому ринку був нижче (1,04) ніж в 2022 році (1,06) можна зробити висновок, що ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку зросла, хоча вона нижча ніж реалізація експортних товарів на зовнішньому ринку (1.17).

Якщо індекс економічної ефективності експорту більший за 1 і вищий за індекс ефективності продажів на внутрішньому ринку, то експорт є вигідним для підприємства.

Зовнішньоекономічні операції можуть оплачуватися готівкою або в кредит. Готівка є найзручнішою формою оплати для продавця і найменш зручною для покупця. На практиці, однак, ця форма здебільшого використовується для невеликих угод. Зазвичай, особливо при експорті продукції, зовнішньоекономічні операції здійснюються в кредит. Бувають також випадки, коли частина суми сплачується готівкою, а частина - в кредит.

З урахуванням кредитних умов вигоди зовнішньоекономічних операцій розраховуються за допомогою коефіцієнта впливу кредиту (КВК), який є відношенням загальної вартості валютної виручки, скоригованої на рік, в

якому здійснюється поставка товару, до номінальної зовнішньоторговельної ціни товару.

Цей коефіцієнт враховує вплив середньорічної відсоткової ставки за кредитами, тривалість кредиту та частку контрактної суми, що сплачується за рахунок кредиту. Тому формула розрахунку CR є складною, і на практиці значення коефіцієнта визначається за допомогою спеціальної таблиці, виходячи з конкретних умов кредиту.

При наданні експортером кредиту, якщо відсоткова ставка не перевищує облікову ставку, $K_{кр} < 1$. У разі передоплати, якщо відсоткова ставка і облікова ставка однакові і кредит погашається рівними частинами, починаючи з другого року після поставки товару, $K_{кр}=1$.

Якщо зовнішньоторговельна операція здійснюється в кредит, ефективність розраховується наступним чином:

Ефект експорту:

$$2021: 52567,4 * 1,035 * 1 - 45000 = 7832,2 \text{ тис. грн.}$$

$$2022: 59298,6 * 1,035 * 1 - 50000 = 9624,05 \text{ тис. грн.}$$

Економічна (абсолютна) ефективність експорту:

$$2021: 52567,4 * 1,035 * 1 / 45000 = 1,21 \text{ грн./грн.}$$

$$2022: 59298,6 * 1,035 * 1 / 50000 = 1,23 \text{ грн./грн.}$$

Оскільки показники абсолютної економічної ефективності більше одиниці, а їх приріст склав 1,07% можна зробити висновок, що зовнішньоекономічна діяльність ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» ефективна і ефект від експорту в 2022 році склав 9624,05 тис. грн.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОГ АПВТ «ФІРМА ЛАСКА»

3.1. Основні напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

В результаті аналізу було виявлено резерви підвищення ефективності за рахунок підвищення якості та конкурентоспроможності товарів.

Відповідальність за якість товару несе як виробник, так і компанія-посередник. Якість імпортованих та експортованих товарів повинна відповідати технічним умовам, зазначеним у контракті, інакше іноземний покупець може подати скаргу на компанію.

Вихід на зовнішній ринок завжди пов'язаний з гострою конкурентною боротьбою.

Для оцінки конкурентоспроможності товару виробник повинен визначити внутрішню структуру вигод і витрат та розрахувати абсолютні і відносні значення кожної складової.

Конкурентоспроможність компанії безпосередньо пов'язана з її продуктом. Чим більш конкурентоспроможним є продукт, тим більший попит на нього і тим більшого економічного ефекту досягає компанія, продаючи цей продукт. Економічний ефект компанії виражається у вигляді прибутку. Збільшення попиту призводить до збільшення рентабельності та прибутку, а зменшення попиту - до зменшення рентабельності та прибутку.

Така оцінка повинна включати наступні показники: фактична і планована потреба в інвестиціях, як в цілому, так і за окремими видами продукції і ринками; асортимент, обсяг і вартість конкуруючих продуктів ("диференціація продукту"; набір ринків або сегментів для кожного продукту - "диференціація ринку"); потреба в коштах для створення попиту і стимулювання збуту; перелік заходів і технологій компанії для забезпечення домінуючого становища на

ринку; перелік заходів і технологій для клієнтів; створення позитивного іміджу компанії; виробництво надійної, якісної продукції; постійне оновлення продукції на основі власних досліджень і розробок та винаходів, захищених патентами; сумлінне і своєчасне виконання зобов'язань за угодами та постачання товарів і послуг. Результати досліджень слугуватимуть основою для розробки стратегії компанії, технології, асортименту продукції та збутової політики. У сучасних умовах конкурентоспроможність компанії на ринку є основним критерієм вимірювання ефективності виробництва та оцінки результативності систем управління.

На сьогодні не існує загальновизнаного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства. Загалом, з теоретичної точки зору, за нашою оцінкою, проблема досягнення конкурентоспроможності окремих об'єктів української економіки наразі практично зведена до нуля.

Щодо методології оцінки конкурентоспроможності підприємств, то наші рекомендації полягають у наступному:

рівень конкурентоспроможності розраховувати як середньозважену величину конкурентоспроможності окремих товарів на певних ринках;

окремо аналізувати ефективність інвестиційних проектів у діяльності підприємства на основі конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках;

окремо розраховувати показники корпоративної стійкості;

спрогнозувати перелічені комплексні показники щонайменше на 5 років.

Оцінка конкурентоспроможності починається з визначення мети дослідження:

- якщо метою є визначення позиції конкретного товару серед великої кількості аналогічних товарів, то достатньо безпосередньо порівняти їх за найважливішими параметрами;

- якщо метою дослідження є оцінка перспектив збуту продукції на конкретному ринку, то інформація, яка буде використана в аналізі, включає в

себе відомості про продукцію, яка вийде на ринок в майбутньому, а також інформацію про розвиток стандартів і законодавства країни і динаміку споживчого попиту. Незалежно від мети дослідження, оцінка конкурентоспроможності базується на вивченні ринкової кон'юнктури, яке повинно проводитися як перед розробкою нового продукту, так і безперервно під час його маркетингу.

Аналіз факторів, які забезпечують високу конкурентоспроможність підприємства дозволить йому не тільки зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, а і постійно їх підвищувати та досягати максимального прибутку. Розрахунок економічного ефекту від підвищення конкурентно спроможності продукції наведений в розділі 3.3.

3.2. Розробка системи залучення кредитних ресурсів для реалізації міжнародних підприємницьких проектів

Зовнішньоекономічна діяльність потребує значних внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування. Кредит відіграє важливу роль у розвитку міжнародних економічних відносин. Кредит сприяє зростанню світової торгівлі, стимулюючи додатковий ринковий попит з боку позичальників. Умови експортного кредитування є важливим фактором конкуренції між окремими підприємствами та країнами за ринки збуту. З початку 1960-х років експортні кредити стали нормою міжнародної торгівлі багатьма видами товарів. За оцінками, довгострокові міжнародні кредити сьогодні обслуговують 80 відсотків експорту машин та обладнання.

Експортери очікують отримати повну оплату одразу після відвантаження товару, тоді як імпортери хочуть придбати товари в кредит і заплатити за них після продажу. Таким чином, кредит став невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин.

Сьогодні кредит обслуговує широкий спектр зовнішньоекономічної діяльності: зовнішню торгівлю, обмін послугами, іноземні інвестиції, виробничі

та науково-технічні зв'язки. У зовнішньоекономічній діяльності підприємства та організації, як правило, виступають як боржниками, так і кредиторами, отримуючи та надаючи необхідні кредити.

Кредити, що використовуються у зовнішньоекономічній діяльності, можна класифікувати за кількома основними ознаками та видами окремих аспектів кредитних відносин між сторонами: за об'єктом кредитування (іноземна валюта і товари); за кредитором (комерційні, банківські, урядові та міжнародні валютно-фінансові установи); за терміном кредитування (довгострокові, середньострокові та короткострокові); за цільовим призначенням (завершення виробництва експортованого товару, зберігання, складування тощо); за умовами продажу (готівкою або за акцептом); за способом оплати (аванс, відстрочка або розстрочка); за забезпеченням (забезпечені та незабезпечені).

Комерційні, банківські та державні кредити, як правило, є товарними, тобто використовуються для забезпечення товарних операцій з купівлі (продажу) конкретних товарів. Такі кредити здебільшого надаються експортерам. Товарні кредити майже ніколи не покривають повної вартості експортованого товару. Частину її оплачує покупець готівкою (при отриманні транспортних документів) та авансом.

На міжнародних ринках позичкового капіталу склалася певна традиція в оформленні та виконанні кредитних угод. Як для продавців, так і для покупців знання процедури кредитування (види кредитів, етапи та умови видачі) є ключовим при здійсненні імпортно-експортних операцій. Це пов'язано, перш за все, з тим, що сьогодні практично всі зовнішньоторговельні операції не можуть бути здійснені без використання тієї чи іншої форми кредиту.

Ми рекомендуємо використовувати міжнародний кредит для здійснення зовнішньоторговельних операцій. Як правило, фінансування зовнішньоторговельних операцій здійснюється прямо або опосередковано комерційними банками, а відповідальність за своєчасне погашення кредиту та пов'язаних з ним витрат несе експортер (або імпортер), який його отримав.

Комерційний (корпоративний) кредит може використовуватися двома способами: експортер відстрочує платіж імпортеру за продані товари; імпортер авансує платіж експортеру. Відстрочка платежу означає, що торговельна та кредитна операції пов'язані між собою. Кінець торгової операції збігається з початком кредитної операції і закінчується, коли компанія-позичальник повертає кредит. Відстрочка платежу характеризується тим, що кредитна операція не є основною метою. Вона лише "супроводжує" торговельну операцію і сприяє реалізації товару.

Через це експортери вимагають високу вартість таких кредитів, навіть якщо через конкурентний тиск вони змушені йти на певні поступки покупцю в умовах кредитування. З іншого боку, імпортери, як правило, вважають прийнятним варіантом зовнішньоторговельних операцій поєднання готівки та кредиту.

З ряду причин покупці вважають за краще користуватися розстрочкою, а не банківським кредитом, щоб негайно оплатити поставлені товари. Банківські кредити є обтяжливими, часто дорогими і не завжди доступними. Завжди легше досягти взаємної домовленості з партнером, особливо якщо обидві сторони мають позитивний досвід співпраці. Покупець бажає платити частинами, тому що хоче негайно отримати товар у власність для виробництва або перепродажу, маючи при цьому можливість здійснювати платежі пізніше для погашення боргу.

Що стосується авансового платежу імпортера, то, згідно з міжнародною практикою, це платіжний механізм, двостороння угода між партнерами, яка не має чітко вираженого кредитного характеру. Тому термін "торговельний кредит" зазвичай використовується лише для розстрочки платежу. Крім того, комерційними кредитами слід вважати лише кредити, надані за рахунок власних коштів компанії. Однак такі кредити, як правило, включають в себе позикові кошти (особливо середньо- та довгострокові кредити). Як наслідок, межа між комерційними та банківськими кредитами часто розмита.

При наданні комерційного кредиту в договорі зазначається вид кредиту, його термін і ціна, валюта погашення, спосіб погашення основної суми боргу, умови нарахування та сплати відсотків, а також гарантії. У договорі також зазначається графік погашення основної суми боргу та відсотків.

У всьому світі комерційні кредити поділяються на короткострокові (до 1 року), середньострокові (до 5 років) та довгострокові (від 5 до 10 років). Термін погашення кредиту значною мірою залежить від стадії розподілу товару, до якої він відноситься. Так, кредити, пов'язані з процесом дистрибуції, як правило, є короткостроковими, тоді як кредити на використання імпортованих товарів у виробничому процесі є середньостроковими.

По-друге, характер товарів, що постачаються, має безпосередній вплив на тривалість кредиту. Наприклад, короткострокові кредити використовуються для постачання споживчих товарів, тоді як середньострокові - для імпорту обладнання. Якщо ж контракт передбачає поставку комплексного та складного обладнання, то йдеться про довгостроковий кредит, гарантований державою або комерційним банком.

Відсоткові ставки відображають попит і пропозицію на позичковий капітал, але в кінцевому підсумку залежать від економічної кон'юнктури та грошово-кредитного і банківського законодавства країни, де надається кредит.

Розмір відсотків також залежить від розміру кредиту, його строку, виду валюти, ризику неповернення та виду забезпечення (банківська гарантія, акредитив тощо). Зокрема, чим довший термін кредиту, тим вища річна процентна ставка. Аналогічно, якщо валюта кредиту сильна і стабільна, процентна ставка буде нижчою, ніж для слабких валют, які можуть значно коливатися.

При визначенні процентних ставок міжнародна ділова практика також враховує такі фактори, як економічна та політична ситуація в країні-імпортері, які визначають структуру ринку. Зокрема, нестабільні політичні та

економічні умови і ризиковані ринки можуть призвести до підвищення процентних ставок.

Життєздатність зовнішньоторговельних операцій на умовах кредитування підприємств залежить від фактичних економічних показників отриманого продукту по відношенню до ціни кредиту. Ціна кредиту не обмежується сумою нарахованих відсотків, а повністю відображає всі витрати імпортера, пов'язані з отриманням розстрочки. Вона складається з основних і додаткових витрат. Основні витрати включають ті витрати, які кредитор розглядає як дохід, тоді як додаткові витрати включають всі витрати, понесені позичальником, які не є доходом для кредитора, але сплачуються третім особам (банкам тощо), залученим до розрахунків. Наприклад, до додаткових витрат відносяться комісії, які імпортер сплачує банку, що гарантує своєчасне погашення боргу експортером. Додаткові витрати включають, наприклад, комісійні, які імпортер сплачує банку, що гарантує своєчасне погашення боргу експортера. Ці витрати на запозичення поділяються на поточні та приховані.

Загальна сума витрат на позики також може бути виражена у вигляді річної ставки. Для цього вартість усіх додаткових витрат на позики спочатку має бути відображена у вигляді річної відсоткової ставки. Сума основної та додаткових витрат на позику, виражена у вигляді річного відсотка, відображає загальну вартість позики у вигляді річного відсотка.

В умовах зростаючої конкуренції на товарних ринках продавці часто беруть невелику плату за кредит або взагалі не беруть її при здійсненні авансових платежів. Однак у таких випадках покупці повинні знати, що нижча відсоткова ставка не завжди відповідає реальній вартості кредиту. У багатьох випадках другу частину плати за кредит постачальник стягує у вигляді "прихованих відсотків", збільшуючи ціну товару. Ступінь підвищення ціни важко визначити, особливо якщо ви постачаєте дороге обладнання, виготовлене за індивідуальним замовленням. Включення всієї або частини плати за кредит у ціну товару здебільшого пов'язане з бажанням

постачальника запропонувати покупцеві більш привабливі умови кредитування, ніж у конкурентів.

Вибір способу нарахування та сплати відсотків є важливою умовою договору, особливо в умовах інфляції. У світі використовуються такі методи нарахування та сплати відсотків Прогресивний (лінійний), регресивний (ковзний) та пропорційний (змішаний).

При прогресивному методі відсотки нараховуються на суму чергового векселя від дати видачі до дати оплати, тобто за кожен частину кредиту окремо від дати оплати. При цьому сума відсотків, сплачених за першим векселем, є найнижчою, а сума сплачених відсотків зростає.

При регресивному методі відсотки нараховуються на залишок заборгованості від дати останнього платежу. У цьому випадку найбільша сума відсотків сплачується при першому платежі, а потім поступово зменшується.

Пропорційний (змішаний) метод нарахування відсотків передбачає розрахунок загальної суми відсотків за кредитом і поділ її на кількість платежів (внесків). При цьому методі відсотки сплачуються рівними частинами.

Відсотки за торговим кредитом зазвичай починають нараховуватися з дати завершення поставки і сплачуються рівними частинами в міру сплати кожного платежу згідно з договором. Поширеною практикою є видача векселя на частину несплаченої основної суми та нарахованих відсотків. У контракті та інвойсі зазвичай чітко прописується графік виплати основної суми боргу та нарахованих відсотків.

Оскільки експортер втрачає контроль над відвантаженим товаром, передавши покупцеві товаросупровідні документи до того, як покупець оплатить товар, він зобов'язаний визначити форму і засоби забезпечення оплати товару в належному обсязі і в обумовлені терміни. Без цієї важливої умови кредитні операції можуть бути не вигідними і навіть збитковими.

Ступінь ризику, пов'язаного з конкретним позичальником і видом кредиту, необхідно оцінювати до надання кредиту і протягом усього терміну його дії (ступінь ризику часто змінюється з часом). Кредитний ризик, або

ризик дефолту, можна визначити як невпевненість кредитора у здатності та готовності позичальника виконати свої зобов'язання відповідно до умов кредитного договору. Ситуація дефолту може виникнути з таких причин

- Неочікувані несприятливі зміни в комерційному, економічному або політичному середовищі, в якому працює позичальник;
- нездатність позичальника генерувати достатні грошові потоки в майбутньому
- невизначеність щодо майбутньої вартості та якості (ліквідності та ринкової вартості) застави, що забезпечує кредит;
- недоліки в комерційній репутації позичальника тощо.

Окрім інформації про мету кредиту, його суму та графік погашення боргу (виплати відсотків та основної суми), кредитори також повинні отримати інформацію про фінансовий стан позичальника. Вони також повинні детально вивчити фінансову звітність позичальника, включаючи баланс, звіт про прибутки та збитки, звіт про фінансові результати та звіт про рух грошових коштів.

Керівництво позичальника має бути досвідченим і компетентним, особливо у сфері комерції, виробництва та фінансів. Підбір якісного менеджменту є важливим фактором успіху, а отже, і кредитоспроможності бізнесу. Минулі успіхи та невдачі слід ретельно проаналізувати, оскільки вони дають інформацію про якість менеджменту.

Тип і термін кредиту повинні відповідати меті кредиту, здатності обслуговувати борг і джерелу його погашення. Якщо початкова сума кредиту є надто високою, її слід скоригувати до відповідної суми, мінімізувавши при цьому ймовірність того, що підприємству доведеться звертатися за додатковими коштами. Сума кредиту повинна відповідати власним ресурсам компанії. Відсоток фінансової участі клієнта в проекті також має бути значним. Звичайно, очікувана прибутковість кредиту повинна бути обґрунтованою по відношенню до обсягу капіталу, яким ризикує позичальник.

Якщо ви задоволені оцінкою бізнес-ризиків позичальника, ми рекомендуємо провести фінансовий та майновий аналіз діяльності компанії.

Аналіз фінансової звітності та фінансового стану позичальника є дуже важливим на етапі затвердження кредиту. Форми звітів, що подаються, можуть відрізнятися, але кредитор повинен консолідувати ці дані.

Комерційні кредити надаються у формі боргових інструментів, які бувають двох видів: вексельні кредити та кредити з відкритим рахунком.

3.3. Економічний ефект від реалізації заходів щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Загалом, конкурентоспроможність залежить від співвідношення між вигодами та загальними витратами, які включають витрати, пов'язані з придбанням та експлуатацією продукту, що називаються споживчими цінами. Таким чином, визначаються умови вибору продукту порівняно з усіма іншими продуктами: $K = 110026 / 93619 = 1,175$

Чим вище це співвідношення, тим більш конкурентоспроможним є товар. Однак, чи відповідає потенційний експортний продукт цій умові, можна визначити лише шляхом порівняльного аналізу загальних характеристик продукту з продуктами-конкурентами, як з точки зору ступеня задоволення певної потреби, так і з точки зору споживчої ціни.

Критерій ефективності виробничої діяльності підприємства:

$$EO = 0,31 * 0,09 + 0,19 * 1,59 + 0,4 * 1,41 + 0,1 * 34,43 = 4,34;$$

Критерій фінансового положення підприємства:

$$FO = 0,29 * 0,9 + 0,2 * 0,9 + 0,36 * 0,03 + 0,15 * 3,05 = 0,91;$$

Критерій ефективності збуту та просування товару:

$$EZ = 0,37 * 0,005 + 0,29 * 0,005 + 0,21 * 4,23 + 0,14 * 21,09 = 3,84$$

Таким чином показник конкурентоспроможності підприємства розраховується наступним чином:

$$KKO = 0,15 * 4,34 + 0,29 * 0,91 + 0,23 * 3,84 + 0,33 * 1,175 = 2,19$$

Такий підхід має очевидні переваги. Його легко використовувати для дослідження конкурентоспроможності виробничих підприємств, оскільки він охоплює основні сфери діяльності таких організацій. Водночас він спирається на експертну оцінку вагомості кожного коефіцієнта, яку не можна вважати абсолютно достовірною.

У сукупності ці фактори визначають домінуючу конкурентну позицію підприємства в просторі ринкового обсягу по відношенню до його конкурентів.

Економічний ефект отриманий підприємством в результаті надання комерційного кредиту приведений в таблиці 3.1 (див. додаток Б).

Аналіз розрахунків дозволяє зробити висновок, що використання комерційного кредиту забезпечило підприємству прибуток в розмірі 10391 тис.грн.

ВИСНОВКИ

В умовах ринкової економіки загострення конкурентної боротьби надзвичайно важливою є оцінка ситуації в експортному виробництві. За наявності великого наукового потенціалу доля високотехнологічного експорту незначна. Така ситуація є характерною як для України так і для ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» зокрема, продукція якого на світовому ринку має підвищувати свої конкурентні позиції, з урахуванням наявного наукового і технічного потенціалу.

Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки:

В результаті проведення економічних реформ значно розширилися і зміцніли зовнішньоекономічні відносини, які на практиці втілюються в сукупність виробничих, господарських, економічних, комерційних, фінансових функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок і які мають назву зовнішньоекономічної діяльності.

Проведене теоретичне дослідження дозволило визначити сутність та форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства та механізм розрахунків у зовнішньо-торгівельних операціях.

В результаті проведеного аналізу була розроблена методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

В результаті проведеного аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» були визначені основні шляхи підвищення ефективності:

З метою визначення конкурентної позиції підприємства на зовнішньому ринку була запропонована методика визначення конкурентоспроможності продукції. Визначений показник конкурентоспроможності підприємства, який є більший одиниці дорівнює 2,19 свідчить про те, що продукція ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» є конкурентоспроможною як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Для того, щоб зберегти і зміцнити свою позицію на міжнародному ринку, компанія повинна забезпечити свою перевагу над конкурентами

шляхом сприяння споживчій прибутковості, і з цією метою вона може надавати комерційні кредити.

Для експортера комерційна вигода від продажу товарів у кредит залежить, з одного боку, від того, наскільки кредит сприяє збільшенню обсягів продажу його товарів, а з іншого - від вартості експортного кредиту та ймовірності погашення вартості кредиту з надходжень від продажу товарів.

Для постачальника товарний кредит не тільки прискорює реалізацію товару, але й забезпечує додатковий прибуток у вигляді відсотків, які включаються в ціну контракту. Розмір відсотків залежить від ряду факторів, в тому числі від стану валютного ринку в країні-кредиторі на момент здійснення платежу.

Оцінка кредитних пропозицій, поданих потенційними позичальниками, ґрунтується на оцінці різних видів ризиків, пов'язаних з кредитом.

На строк кредиту також впливають такі фактори, як розмір угоди, фінансовий стан покупця і продавця, ціна кредиту, наявність довгострокових відносин між покупцем і продавцем, а також конкурентне середовище в конкретному сегменті ринку.

Запропоновані заходи щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності: підвищення конкурентоспроможності продукції та надання комерційних кредитів дозволять підприємству ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» отримати додатковий прибуток в розмірі 10391 тис. грн.

Проведений аналіз зовнішньоекономічних зв'язків та оцінка роботи у сфері зовнішньоекономічної діяльності свідчить про успішну роботу підприємства на зовнішньому ринку та дозволив виявити напрями підвищення економічної ефективності діяльності.

З метою покращення фінансового стану підприємства необхідно слідкувати за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості, оскільки велике перевищення дебіторської заборгованості може загрожувати

фінансовій стабільності підприємства та викликати необхідність залучення додаткових джерел фінансування.

Розрахунки показують, що економічні вигоди від експорту для підприємства загалом вищі, ніж від продажів на внутрішньому ринку, а це означає, що підприємству краще працювати на зовнішніх ринках з метою отримання якомога більшого прибутку. Аналіз за продуктами показує, що більшість продуктів в експортному асортименті є прибутковими на зовнішніх ринках.

Показники швидкої ліквідності на початок року більше нормативного, а на кінець року менше нормативного і свідчать про те, що якщо на початок року підприємство було здатне за рахунок грошових коштів і очікуваних фінансових надходжень виконати поточні зобов'язання, то на кінець року така можливість зменшилась до 93%.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, що підприємство спроможне як на початок, так і кінець року погасити лише 1% поточної заборгованості за рахунок наявних грошових коштів. Але, враховуючи що в умовах інфляції гроші знецінюються в першу чергу, тому політика підприємства в управлінні цими активами може бути виправдана.

Значення коефіцієнту автономії вище нормативного і свідчить про незначну залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, тобто фінансування підприємства за рахунок власного капіталу протягом року коливалось в межах 83-76%. Коефіцієнт поточних зобов'язань на кінець року дорівнював 0,91, тобто у підприємства практично відсутні довгострокові зобов'язання. Зміни коефіцієнти страхування бізнесу дуже низькі і показують, що протягом року резервний капітал не поповнювався і лише незначна частина майна покривається відповідними резервами.

Зростання співвідношення залучених та власних коштів протягом року від 0,20 до 0,31 свідчить про тенденцію до збільшення на кінець року залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. А саме на початок року на 1 грн. власного капіталу приходило 0,21 грн. залученого

капіталу, що менше на 0,1 грн. ніж на кінець року. Слід відмітити, що не зважаючи на тенденцію зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування, частка залученого капіталу навіть на кінець року менше нормативного значення (0,27 при 0,5).

Слід звернути увагу на те, що на кінець року коефіцієнт стійкості фінансування знизився до 0,78 що менше критичного значення 0,8-0,9, що свідчить про те, що на підприємстві недостатньо стійких джерел формування.

В результаті аналізу організаційно-економічної характеристики підприємства було виявлено, що ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» виготовляє насоси та гідро трансмісії, які поставляються на зовнішній ринок.

Проведений аналіз фінансового стану свідчить про недостатність джерел формування капіталу, а зниження коефіцієнтів фінансової стійкості нижче критичного значення вказує на неможливість виконання зобов'язань у повному обсязі.

Проведений аналіз зовнішньоекономічних зв'язків та оцінка роботи у сфері зовнішньоекономічної діяльності свідчить про успішну роботу підприємства на зовнішньому ринку та дозволив виявити напрями підвищення економічної ефективності діяльності.

З метою визначення конкурентної позиції підприємства на зовнішньому ринку була запропонована методика визначення конкурентоспроможності продукції.

Для збереження і зміцнення своїх позицій на міжнародному ринку підприємству необхідно забезпечити переваги на конкурентами за рахунок сприяння одержання споживачем прибутку, а для цього підприємство може надавати комерційні кредити.

Запропоновані заходи щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності: підвищення конкурентоспроможності продукції та надання комерційних кредитів дозволять підприємству ПОГ АПВТ «Фірма Ласка» отримати додатковий прибуток.

Для підтримки високого рівня конкурентних переваг держава повинна зосередитися на виявленні та "виведенні на пенсію" потенційно конкурентоспроможних підприємств, таких як ПОГ АПВТ "Фірма "Ласка", які з більшою ймовірністю, ніж інші, зможуть за короткий час виконати умови, необхідні для виробництва конкурентоспроможної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Національна програма повинна зосередитися на трьох основних моментах:

- 1) створення належних умов для отримання конкурентних переваг;
- 2) пошук конкурентоспроможних галузей і компаній
- 3) організація процесу раціонального використання коштів державного бюджету для перетворення цих підприємств на компанії з реальними конкурентними перевагами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л.Л. Інноваційна конкурентоспроможність України та її регіонів // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №4. – С.37-46.
2. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн ЄС // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2020. – Вип. 189. – С.518-525.
3. Безтелесна Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства // Економіст. – 2020. – №12. – С. 45-50.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К: Атака, 2020. – 365 с.
5. Ващук В.Ф. Конкурентоспроможність галузей АПК на зовнішньому ринку: Нові поляди на проблему // Проблеми науки. – 2020. – №4. – С.28-34.
6. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація // Маркетинг в Україні. – 2020. - №4. – С. 50-53.
7. Воронкова А.Э. Конкурентоспроможність та модернізація промислових підприємств України // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – №11. – С.14 – 22.
8. Євчук Л.А. Окремі випадки прояву та методи формування конкурентоспроможності продукції // Економіка та держава. – 2020. – №11. – С. 32-36.
9. Євчук А.А. Теоретичні аспекти розвитку конкурентоспроможності підприємств // Економіка АПК. – 2021. – №8. – С. 120-125.
10. Жаліко Я.А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації. К: Знання України, 2021. – 387 с.
11. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства // Економіка України. – 2020. – №8. – С. 33 – 38.
12. Іванов С.В., Цибуль Н.Д., Попов Ю.А. Основи зовнішньоекономічних зв'язків. – Київ: КНУ. – 1995. – 515 с.

- 13.Купринюк С.М. Оцінка конкурентоспроможності економіки: Україна у міжнародних рейтингах // Актуальні проблеми економіки. – 2021. – №1. – С.102 – 110.
- 14.Марцин В.С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства // Стратегія економічного розвитку України. – 2002. - Вип. 2. – С.489 – 496.
- 15.Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Конкурентоспроможність фірми: Навч.-методичний комплекс – Київ: Центр навч. літератури, 2021. – 112 с.
- 16.Педченко Н.С. Методика прогнозування фінансової конкурентоспроможності підприємства // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2020. – Вип. 189. – С.340 – 347.
- 17.Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – 454 с.
- 18.Портер М.Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. К: Основи, 1998. – 390 с.
- 19.Портер М.Е. Конкуренция: Пер. с англ.: Учеб. пособие. – СПб и др.: Изд. дом „Вильямс”, 2001. – 495 с.
- 20.Про підприємництво: Закон України, 7 лютого 1991р. №698-ХІІ.
- 21.Про підприємства в Україні: Закон України, 27 березня 1991р. №887-ХІІ.
- 22.Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України, 28 грудня 1994 року.
- 23.Про податок на додану вартість: Закон України, 3 квітня 1997 року №168/97-ВР.
- 24.Про господарські товариства: Закон України, 16 грудня 1993р. №3709.
- 25.Про інвестиційні фонди і інвестиційні компанії: Положення, затверджене Указом Президента України, 19 лютого 1994р. №55/94.
- 26.Про довірчі товариства: Декрет Кабінету Міністрів України, 17 березня 1993 №23-93.
- 27.Про власність: Закон України, 7 лютого 1991 р. №697-ХІІ.

- 28.Семикіна М.В., Коваль Л.А. Інноваційна праця в конкурентному середовищі. Загальна методологія, мотиваційні основи регулювання: монографія. – Кіровоград: Степ, 2002. – 212 с.
- 29.Семикіна М.В. Мотивація конкурентоспроможності праці: Теорія і практика регулювання: Монографія. – Кіровоград: ПК, 2003. – 426 с.
- 30.Семикіна М.В. Регулювання конкурентоспроможності у сфері праці. – Кіровоград: МАВІК, 2020. – 146 с.
- 31.Сіваченко І.Ю., Козак Ю.г., Макогон Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навч. посібник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 186 с.
- 32.Сидоренко О.В. Товарознавчі складові ринкознавства. – К: КНЕУ, 2001. – 89 с.
- 33.Солоха Д.В. Конкурентоспроможність продукції і комерційна тайна підприємства, як передумова сприятливих економічних відносин // Наукові праці ДонКТУ Серія: економічна. – 2002. – Вип. 47. – С. 53-60.
- 34.Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент. - Київ: Академвидавництво, 2003. – 527 с.
- 35.Суперсон В.І. Моніторинг конкурентоздатності України у сфері регіональної політики // Економіка. Фінанси. Право. – 2002. - №11. – С.10-19.
- 36.Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: Економіка, маркетинг, менеджмент. – К: Маркетинг, 2002. – 892 с.
- 37.Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник 2-е вид. Перероб. та доп. За редакцією Ю.Г.Козака, Н.С. Логвинової, І.Ю.Сіваченка. – Київ: Центр навчальної літератури, 2022. – 792 с.
- 38.Зовнішньоекономічна діяльність// Збірник систематизованого законодавства. Випуск 5. Травень 2007.
- 39.Горбач Л.М. ; Плотников А.В. Міжнародні економічні відносини: Підручник. – К.: Кондор, 2021.- 266с.

40. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Львів: Афіна, 2020. – 140 с.
41. Зовнішньоекономічна діяльність / за редак. Ю.Г. Козака – Одеса : Астропринт, 2001. – 200с.
42. Солошенко Л. Зовнішньоекономічна діяльність: організація та документальне оформлення. – Х.: Фактор, 2001. – 176.
43. Світовий бізнес: Навч. посібник/ за ред. Ф.Ф.Бутинця. – Житомир: Рута, 2020. – 498.
44. Лисенко Ю.М., Педь І.В. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – К.: Зовнішня торгівля, 2020.- 200с.
45. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.
46. Герасимчук З.В., Горбач Л.М. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник. – Луцьк: Настир'я, 2001. – 328 с.
47. Економічний аналіз: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7050106. “Облік і аудит”/ За ред. Проф. Ф.Ф.Бутинця. – Житомир: ПП “Рута”, 2003. – 680 с.
48. Новицький В.Е. Міжнародна кооперація праці: проблеми та моделі. – К., 1994 – 166 с.
49. Бурковський І. Теорія міжнародної торгівлі. – К.: Основи, 1996. – 241 с.
50. Лук'яненко Д.Г., Поручник А.М., Циганкова Т.М. Міжнародна економіка: Навч. посіб.- К.: КНЕУ, 1999. – 73 с.
51. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 1998. – 120 с.
52. Руденко Л.В. Розрахункові та кредитні операції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства: Підручник. – К.: Лібра, 2002. – 428с.
53. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник.- К.: КНЕУ, 2001. – 488 с.
54. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : Навч. Посібник / Під заг. ред. А.І. Кредісова /Пер. з роз. Н. Кіт, К. Серажим. – К., 1997. – 448 с.

- 55.Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : Навч. посібник / І. В. Багрова, О. О. Гетьман, В. Є. Власик. – Київ : Центр навчальної літератури, 2020. – 384 с.
- 56.Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посібник. – Львів: Афіша, 2020. – 140 с.
- 57.М.І. Дідківський. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. пос. – К.: Знання, 2022. – 463 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 2.12 – Аналіз структури продукції, реалізованої за експортними контрактами

Показники	2021			2022			Відхилення			
	сума, тис. грн.	Питома вага %		сума, тис. грн.	Питома вага %		Абсолютне (+ / -), тис. грн.	Відносне %	пунктів структури	
		у загальній структурі	у структурі експорту		у загальній структурі	у структурі експорту			у загальній структурі	у структурі експорту
Обсяг реалізованої продукції (робіт, товарів, послуг), без ПДВ*	152290	100,00	-	191248	100,00	-	+38958	25,58	-	-
Обсяг продукції (товарів, робіт, послуг), реалізованої за експортними контрактами, у т. ч.	52567,4	34,52	100,00	59298,6	31,0	100,00	+6131,2	+12,8	-3,52	-
- за прямими експортними контрактами	35340,6	23,21	67,23	47200,5	24,68	79,6	+11859,9	+33,56	+1,47	+12,37
- за бартерними угодами	580,80	0,38	1,1	420	0,32	0,71	-160,8	-27,68	-0,16	-0,39
- на умовах консигнації	12610	8,28	23,99	10200	5,33	17,2	-2410	-19,11	-2,96	-6,79
- переробка давальницької сировини	4036	2,65	7,68	1478,1	0,77	2,49	-2557,9	-63,38	-1,87	-5,19

Додаток Б

Таблиця 3.1 – Розрахунок ефективності надання комерційного кредиту

Показники	Оплата готівкою		Періоди оплати згідно з умовами надання комерційного кредиту			
	2021 рік	2022 рік	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
1	2	3	4	5	6	7
Зовнішньоторговельна собівартість експорту, тис. грн.	45000	50000				
Виручка від експорту при розрахунку готівкою, тис. грн.	52567,4	59298,6				
Відсоток погашення, %	100	100	40	30	20	10
Сума погашення кредиту, тис. грн.:	52567,4	59298,6				
2021 рік			21027,4	15770	10513	5257
2022 рік			23719,6	17790	11860	5929
Заборгованість зі сплати протягом періоду, тис. грн.:	0	0				
2021 рік			52567,4	31540	15770	5257
2022 рік			59298,6	35579	17789	5929
Плата за кредит, тис. грн.:	-	-				
2021 рік			552,0	414,0	276,0	138,0
2022 рік			623,0	472,0	398,0	156,0
Сума надходжень на рахунок підприємства-продавця, тис. грн.:	52567,4	59298,6				
(рядок 4 + рядок 6):						
2021 рік			21579,4	16184	10785	5395,0
2022 рік			24342	18462	12258	6085,0

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5	6	7
Норма дисконту, %	0	0	0,625	0,625	0,625	0,625
Коефіцієнт приведення суми надходжень за продукцію до моменту його постачання, *частки од.	1,0	1,0	0,9938	0,9876	0,9815	0,9754
Грошовий еквівалент надходжень до моменту постачання, тис. грн. (рядок 7 x рядок 9):	52567,4	59298,6				
2021 рік			21445,6	15983,3	10585,5	5262,3
2022 рік			24191,6	18233	12031	5935,4
Сума надходжень до моменту постачання, тис. грн.	53246,7	60391,0				
Коефіцієнт кредитного впливу, частки одиниці (рядок 11 ÷ рядок 10):	1,013	1,013				
Ефект від експорту, тис. грн. (рядок 11 – рядок 1) Та (рядок 11 – рядок 1):	7565,4	9298,6				
2021 рік			8276,7			
2022 рік			10391			
Ефективність експортної угоди, % (рядок 13 ÷ рядок 1) x 100%:	16,82	18,6				
2021 рік			18,39			
2022 рік			20,78			

Додаток В

Законодавча база України у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємств

В умовах сьогодення експортно-імпортні операції може проводити практично будь який суб'єкт господарювання. Головне знайти іноземного покупця для своєї продукції або, навпаки – нерезидента – продавця, якщо є намір щось купити закордоном. Для того, щоб здійснення зовнішньоекономічної діяльності було ефективним необхідно, по-перше, знати та володіти нормативно-правовою базою, що регулює таку діяльність, а по-друге, знайти відповіді на такі запитання: який порядок укладення та оформлення контракту з нерезидентом, які існують обмеження для експорту та імпорту, хто відповідає за ліцензування, квотування, які умови страхування, тощо.

Щоб розібратися в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності необхідно ознайомитися с основними законодавчими та нормативними актами, що регламентують контроль за такою діяльністю і визначають порядок здійснення експортно-імпортних операцій.

З приведених законів та інших нормативних актів підприємства дізнаються які державні органи контролюють зовнішньоекономічну діяльність резидентів України та межі такого контролю; як укласти зовнішньоекономічний контракт та зменшити свої ризики під час проведення експортно-імпортних операцій; як вибрати оптимальні умови поставки і коли застосовувати ту чи іншу умову згідно з Міжнародними правилами тлумачення торговельних термінів Інкотермс; чи обов'язково страхувати експортно-імпортні операції; про механізм залучення іноземних інвестицій та про порядок декларування власних валютних цінностей закордоном, відображення грошових кредитів, тощо. Законодавчу базу України в сфері регулювання зовнішньоекономічної діяльності представлено у вигляді

систематизованого переліку Законів України та інших законодавчих і нормативних актів.

Закони України.

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року № 959-XII

Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» від 23 грудня 1998 року № 351-XIV

Закон України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» від 17 липня 1997 року № 468/97-ВР

Закон України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» від 22 грудня 1998 року № 332-XIV

Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні» від 4 липня 2002 року № 37-IV

Закон України «Про металобрухт» від 5 травня 1999 року № 619-XIV

Закон України «Про міжнародне приватне право» від 23 червня 2021 року № 2709-IV

Закон України «Про міжнародний комерційний арбітраж» від 24 лютого 1994 року № 4002-ХН

Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19 березня 1996 року № 93/96-ВР

Закон України «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження» від 17 лютого 2000 року № 1457-III

Закон України «Про міжнародні договори України» від 29 червня 2020 року № 1906-IV

Закон України «Про державну податкову службу в Україні» від 04 грудня 1990 року № 509-XII

Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» від 23 вересня 1994 року № 185/94-ВР

Закон України «Про податок на додану вартість» від 03 квітня 1997 року № 168/97-ВР

Закон України «Про податок на додану вартість» від 03 квітня 1997 року № 168/97-ВР

Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 року № 283/97-ВР

Укази Президента України.

Указ Президента України «Про порядок встановлення (скасування) обмежень на експорт товарів відповідно до міжнародних зобов'язань України» від 15 липня 1997 року № 861/99

Указ Президента України «Про заходи щодо вдосконалення кон'юнктурно-цінової політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності» від 10 лютого 1996 року № 124/96

Указ Президента України «Про застосування Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів» від 4 жовтня 1994 року № 567/94

Указ Президента України «Про інвестування майнових цінностей резидентами за межами України» від 13 вересня 1995 року № 839/95

Декрети, накази, постанови та положення КМУ

Декрет Кабінету Міністрів України «Про надання державних гарантій щодо іноземних кредитів, які надаються Україні відповідно до міжнародних договорів» від 17 березня 1993 року № 25-93

Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19 лютого 1993 року № 15-93

Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України «Про, єдиний порядок застосування індикативних цін де всіх товарів українського походження» від 8 серпня 1996 року № 507

Постанова Кабінету Міністрів України від 18 травня 2021 року № 362 «Про встановлення розміру збору за видачу експортних (імпортних) ліцензій»

Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 1999 року № 756 «Про деякі питання регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності»

Постанова Кабінету Міністрів України від 25 лютого 2003 року № 255 «Про визначення Торгово-промислової палати уповноваженим органом з видачі сертифікатів про походження товару»

Положення про порядок видачі разових (індивідуальних) ліцензій, затверджене наказом Міністерства економіки України від 17 квітня 2000 року № 47

Положення про порядок застосування до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності спеціальних санкцій, передбачених статтею 37 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», затверджене наказом Міністерства економіки України від 17 квітня 2000 року №52

Положення про порядок забезпечення виконання рішень Ради Безпеки ООН Щодо встановлення (скасування) ембарго на експорт товарів, затверджене Указом Президента України від 15 липня 1999 року № 861/99

Положення про індикативні ціни у сфері зовнішньоекономічної діяльності, затверджене Указом Президента України від 10 лютого 1996 року № 124/96

Положення про методику формування та використання індикативних цін, затверджене наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 8 серпня 1996 року №506

Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів), затверджене наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 6 вересня 2001 року № 201

Положення про порядок державної реєстрації іноземних інвестицій, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 7 серпня 1996 року № 928

Положення про порядок видачі індивідуальних ліцензій на здійснення резидентами майнових інвестицій за межами України, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1996 року № 229

Положення про порядок контролю та звітності щодо використання майнових цінностей, які інвестуються за межами України, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1996 року №229

Порядок взаємодії Міністерства економіки України та Державної податкової адміністрації України з питань застосування спеціальних санкцій, затверджений наказом Міністерства економіки України, Державної податкової адміністрації України від 9 листопада 2022 року № 340/672

Порядок віднесення бартерних договорів до таких, що передбачають виробничу кооперацію, консигнацію, комплексне будівництво, поставку складних технічних виробів і товарів спеціального призначення, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 1999 року № 756

Порядок видачі разового індивідуального дозволу на перевищення встановлених строків ввезення товарів (виконання робіт, надання послуг), які імпортуються за бартерними договорами, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 13 серпня 1999 року № 1489

Порядок ліцензування імпорту в Україну, щодо якого застосовуються спеціальні заходи згідно з рішеннями Міжвідомчої комісії з міжнародної торгівлі, затверджений наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 1 серпня 2002 року №232

Порядок вирішення питань, пов'язаних із встановленням (скасуванням) обмежень на експорт товарів, міжнародні передачі яких підлягають державному експортному контролю, затверджений Указом Президента України від 15 липня 1999 року № 861/99 «Про зерно та ринок зерна в Україні» від 4 липня 2002 року № 37-IV

Порядок реєстрації зовнішньоекономічних контрактів (договорів) на здійснення експортних операцій з металобрухтом, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15 лютого 2002 року №155

Порядок погодження зовнішньоекономічних! контрактів (договорів) на здійснення експортних операцій з металобрухтом, затверджений наказом Міністерства промислової політики України від 29 березня 2002 року № 144

Порядок верифікації сертифікатів про походження товарів з України, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 12 грудня 2002 року № 1861

Порядок видачі, обліку і погашення векселів, виданих під час ввезення в Україну майна як внеску іноземного інвестора до статутного фонду підприємства з іноземними інвестиціями, а також за договорами (контрактами) про спільну інвестиційну діяльність, та сплати ввізного мита у разі відчуження цього майна, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 7 серпня 1996 року № 937

Порядок підтвердження органами державної податкової служби інформаційних повідомлень про фактичне внесення іноземних інвестицій та векселів, виданих під час увезення в Україну майна як внеску іноземного інвестора до статутного фонду підприємства з іноземними інвестиціями, а також за договорами (контрактами) про спільну інвестиційну діяльність, затверджений наказом Державної податкової адміністрації України від 29 червня 2021 року № 238

Лист Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Державної митної служби України від 05.04.2020 р. № 50-38/547, № 25/4-41.16/4170 «Щодо митного оформлення окремих зовнішньоекономічних операцій суб'єктів -, ЗЕД, до яких застосовано спеціальну санкцію – індивідуальний режим ліцензування, передбачену статтею 37 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»

Інструкції, кодекси та інші законодавчі та нормативні акти.

Інструкція про порядок заповнення картки реєстрації обліку зовнішньоекономічного договору (контракту) затверджена наказом Міністерства економіки України від 15 грудня 2021 року № 505

Інструкція про порядок здійснення контролю і отримання ліцензій за експортними, імпорними та лізинговими операціями, затверджена постановою Правління Національного банку України від 24 березня 1999 року № 136

Митний кодекс України від 11 липня 2002 року № 92-IV

Господарський процесуальний кодекс України від 6 листопада 1991 року № 1798-XII

Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436 -IV

Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435–IV

Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.84 р. № 8073-X

Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. №2341-III

Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів від 11 квітня 1980 року

Конвенція ООН. про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів від 14 червня 1974 року

Інкотермс «Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати» (редакція 2000 року)

Така добірка Законів та нормативних актів, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність резидентів України допоможе розібратися в багатьох питаннях такої непростой сфери підприємницької діяльності, як зовнішньоекономічна діяльність, що в свою чергу, зробить більш ефективною роботу українських підприємств на міжнародному ринку товарів та послуг.