

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

«До захисту допущено»

Завідувачка кафедри

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА

«08» червня 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра

**за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент і бізнес-адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»**

**на тему «Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності
виробничо-будівельного підприємства»**

Виконала студентка 4 курсу, групи УЗ-72

Валерія БЕРЕЗА

(підпис)

Керівник ст. викладач кафедри менеджменту:

к.е.н. Яна КОЛЕШНЯ

(підпис)

Рецензент доцент кафедри міжнародної економіки:

к.е.н., доц. Сергій САВЧЕНКО

(підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає цитат
та вилучень з праць інших авторів без відповідних
посилань

Студентка _____
(підпис)

Київ – 2021 року

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Освітньо-професійна програма **«Менеджмент і бізнес-адміністрування»**

Сертифікатна програма **«Менеджмент міжнародного бізнесу»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА

«08» жовтня 2020 р.

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Валерії БЕРЕЗІ

1. Тема роботи: «Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності виробничо-будівельного підприємства»

керівник роботи к.е.н. Яна КОЛЕШНЯ

затверджені наказом по університету від 21.05.2021р. № 1248-с

2. Термін подання студентом роботи: 07.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: статистичні дані, нормативно-правові акти органів законодавчої і виконавчої влади, результати досліджень українських і зарубіжних економістів, представлених в публікаціях та мережі Інтернет., інформація про діяльність ТОВ «Монтажспецконструкція», фінансова звітність підприємства (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати» за 2016-2020рр.).

4. Зміст пояснювальної записки

а) теоретична частина:

- розглянути сутність та значення експортної діяльності підприємства;
- дослідити особливості організації експортних операцій підприємства;
- проаналізувати підходи до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства.

б) аналітична частина:

- проаналізувати основні показники господарсько-економічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція»,
- дослідити ринкове середовище діяльності підприємства, його конкурентну позицію на ринку, визначити його сильні та слабкі сторони з точки зору здійснення ЗЕД,
- дослідити стан зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція», розрахувати та проаналізувати показники її ефективності, виявити проблеми її забезпечення,

в) рекомендаційна частина:

- розробити проєкт з підвищення ефективності ЗЕД шляхом розширення мережі представництв і надати його економічне обґрунтування;
- здійснити оцінювання впливу запропонованого проєкту на показники ефективності ЗЕД підприємства
- надати пропозиції та рекомендації з реалізації запропонованого проєкту.

5. Перелік ілюстративного матеріалу

1. Сутність та особливості організації експортної діяльності підприємства
2. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства
3. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства
4. Оцінка стану експортного потенціалу підприємства
5. Проєкт з розширення експортної діяльності підприємства на новий ринок.
6. Витрати на впровадження запропонованих заходів.
7. Економічний ефект реалізації проєкту.

6. Дата видачі завдання:

«08» жовтня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Збір необхідної інформації щодо теоретичних засад експортної діяльності підприємства	18.10.2020 – 25.12.2020	Виконано
2.	Розгляд теоретичних положень щодо особливостей організації експортних операцій та підходів до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства	26.12.2020 – 29.01.2021	Виконано
3.	Дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства	29.01.2021 – 04.03.2021	Виконано
4.	Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства	05.03.2021 – 15.04.2021	Виконано
5.	Оцінка стану експортного потенціалу підприємства	15.04.2021 – 25.04.2021	Виконано
6.	Розроблення проекту з виходу на нові ринки	26.05.2021 – 06.05.2021	Виконано
7.	Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованого проекту	07.05.2021 – 14.05.2021	Виконано
8.	Оформлення дипломної роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	15.05.2021 – 30.05.2021	Виконано

Студент _____ Валерія БЕРЕЗА
(підпис)

Керівник дипломної роботи _____ Яна КОЛЕШНЯ
(підпис)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему: «Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності виробничо-будівельного підприємства» містить 99 сторінок, 46 таблиць, 10 рисунків, 3 додатка. Перелік посилань нараховує 55 найменувань.

Метою роботи є опрацювання теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предметом дослідження роботи є теоретичні методичні та практичні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція».

База дослідження – ТОВ «Монтажспецконструкція» .

Методи дослідження. У дипломній роботі першого (бакалаврського) рівня використані загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Серед загальнонаукових методів дослідження, які використовувались у даній роботі, варто відзначити метод аналізу і синтезу, метод систематизації та метод економічного аналізу. Використані спеціальні методи охоплюють економіко-статистичні методи, методи прогнозування та планування, методи оцінки ефективності проєктів.

Результати роботи. За результатами проведеного дослідження було розроблено проєкт розширення експорту металевих конструкцій на ринок Білорусі, Молдови та Казахстану. У ході аналізу запропонованого проєкту встановлено, що він є економічно ефективним.

Рекомендації щодо використання результатів роботи. Результати роботи можуть бути використані підприємствами металургійної галузі для збільшення обсягів експорту продукції та посилення конкурентних позицій на зовнішніх ринках, а також реалізація даного проєкту забезпечить збільшення показників рентабельності та зменшенню витрат при експорті продукції.

Результати впровадження досліджень. Розроблені в дипломній роботі пропозиції були представлені на розгляд керівництву ТОВ «Монтажспецконструкція», було отримано схвальну оцінку та визнано можливість щодо їх реалізації.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експортна діяльність, ефективність, ліквідність, конкурентоздатність, прибуток, витрати.

ABSTRACT

Thesis on the topic: "Improving the efficiency of foreign economic activity of the production and construction company" contains 99 pages, 46 tables, 10 figures, 3 appendices. The list of links includes 55 items.

The purpose of the work is the development of theoretical provisions and the development of practical recommendations for improving the efficiency of foreign economic activity of the enterprise.

The object of research is the efficiency of foreign economic activity of the enterprise.

The subject of research there are theoretical methodical and practical aspects of increasing the efficiency of foreign economic activity of LLC "Montazhspetskonstruktsiya".

The research base is LLC "Montazhspetskonstruktsiya".

The research methods. In the diploma work of the first (bachelor's) level general scientific and special research methods are used. Among the general scientific research methods used in this work, it is worth noting the method of analysis and synthesis, the method of systematization and the method of economic analysis. Used special methods include economic and statistical methods, methods of forecasting and planning, methods of evaluating the effectiveness of projects.

The results of work. Based on the results of the study, a project was developed to expand the export of metal structures to the markets of Belarus, Moldova and Kazakhstan. During the analysis of the proposed project it was found that it is cost effective.

Recommendations about the usage and application of the results of work. The results of the work can be used by metallurgical enterprises to increase exports and strengthen competitive positions in foreign markets, as well as the implementation of this project will increase profitability and reduce costs for exports.

The results of research implementation. The proposals developed in the thesis were submitted for consideration to the management of Montazhspetskonstruktsiya LLC.

Keywords: foreign economic activity, export activity, efficiency, liquidity, competitiveness, profit, expenses.

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Керованість зовнішньоекономічною діяльністю є одним з пріоритетних напрямків розвитку крупних компаній України.

Розроблені у світовій практиці закони та норми зовнішньоекономічної діяльності, які створили дієвий механізм багатосторонніх відносин між виробниками та іноземними споживачами, повинні стати головними для великих компаній України. Зарубіжний досвід показує, що для організації постійної взаємодії зі споживачами великі компанії використовують тактику та стратегію активної адаптації до міжнародного ринку, його вимог з одночасним цілеспрямованим впливом на нього.

Глобалізація товарних ринків представляє унікальний виклик для компаній, коли фірми-виробники повинні розробляти та виробляти продукцію для регіонів, розташованих за межами їхньої країни. Дослідники зазначають, що сьогодні, коли компанія стає «глобальною», їй потрібно вирішити складне завдання: забезпечити, щоб її розмір і досвід були достатніми для забезпечення додаткових продажів на ринках.

Ринкова орієнтація призводить до генерації нових підходів до зовнішньої торгівлі завдяки якісній трансформації існуючої системи виробництва та збуту. Заміна колишніх елементів супроводжується, як правило, не лише суттєвою трансформацією самого характеру зовнішньоекономічної діяльності, а й створенням абсолютно нових форм. У цих умовах перед великими компаніями стоїть завдання формування такого типу організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю, який, орієнтуючись на управління, забезпечив би ефективне функціонування системи збуту великої компанії на міжнародному ринку.

Ринкове середовище відкидає нежиттєздатні методи продажу продукції і вимагає розробки нових ефективних конкурентних методів та процедур просування продукції на міжнародний ринок, що вимагає ефективного

організаційно-економічного механізму управління зовнішньою торгівлею, здатного забезпечити стійке зростання продажів в динамічному і непередбачуваний ринок. Тому система управління зовнішньоекономічною діяльністю повинна мати властивості саморегулюючої системи, яка забезпечує здатність ефективно реагувати та пристосовуватися до змін для досягнення своїх цілей.

Організаційно-економічний механізм управління зовнішньою торгівлею компанії повинен забезпечувати комплексну реалізацію багатьох взаємопов'язаних видів діяльності: можливість збуту продукції на зовнішніх ринках, поведінку виробника на ринку, а також його взаємозв'язок із зовнішньою торгівлею та споживачами. Він повинен поєднувати принципи реалізації продукції та розвитку компанії, які за своїм змістом частково перекриваються, оскільки вимоги до розвитку визначаються вимогами ринку, а успішне рішення розвитку великої компанії зміцнює її ринкові позиції.

Організаційно-економічний механізм зовнішньоекономічної діяльності повинен стимулювати розвиток виробництва, створювати умови для найбільш успішного розвитку компанії з економічно виправданим використанням ресурсів, що рівнозначно залученню додаткових інвестиційних фондів. Це пов'язано з тим, що компанії визначають свій розвиток як у довгостроковій, так і в короткостроковій перспективі, беручи до уваги прогноз ринкової ситуації, пов'язаної з реалізацією продукції на зовнішніх ринках. Забезпечення конкурентоспроможності продукції, підвищення її якості та задоволення споживчого попиту обумовлює необхідність вдосконалення структури виробництва. Це означає, що в ієрархії цілей, що стоять перед великою компанією, одним із пріоритетів належить зовнішньоекономічна діяльність. Виходячи з цих пріоритетів, можна визначити більшість цілей у галузі розвитку та системи збуту.

Проблеми організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю вивчаються давно. Велика кількість монографій, численні статті в наукових та спеціальних журналах, збірники праць академічних та науково-дослідних

інститутів присвячені їм у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі. Різні аспекти міжнародних економічних відносин та зовнішньоекономічної діяльності вивчали класики політичної економії: А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Ст. Мілл, В. Леонтьєв, П. Самуельсон, М. Портер та інші провідні іноземні економісти.

Науковці з управління зовнішньоекономічною діяльністю включають розробку ринкової стратегії підприємства, маркетингові дослідження, складання та виконання міжнародного контракту, ціноутворення на зовнішніх ринках, методи та форми розрахунків у міжнародних розрахунках, облік зовнішньоекономічних операцій, транспорт, страхування.

Метою дипломної роботи є опрацювання теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Отже до мети було запропоновано наступні завдання дипломної роботи:

- визначити сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- описати механізми, форми та методи зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- розглянути підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- розглянути організаційно-економічну характеристику досліджуваного підприємства;
- проаналізувати економічний стан підприємства;
- оцінити ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- зазначити напрямки підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- зробити оцінку ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дипломної роботи є ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предметом дипломної роботи є теоретичні методичні та практичні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ

«Монтажспецконструкція».

Базою дослідження обрано товариство з обмеженою відповідальністю «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 роки.

Методи дослідження.

При написанні дипломної роботи було використані наукові методи:

- метод синтезу та аналізу - при вивченні генезису економічної сутності категорії "ефективність зовнішньоекономічної діяльності";
- метод систематизації - при систематизації методів оцінки зовнішньоекономічної діяльності;
- методи економічного аналізу - оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності;
- табличний метод для подання та систематизації розрахунків.

Практична значущість для підприємства є можливістю використання запропонованих заходів у практиці роботи підприємства з метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності та зміцнення ринкових позицій на зовнішніх ринках.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Переважаючою формою виробничо-господарської діяльності підприємства за кордоном протягом кількох століть був експорт та імпорт. Але продовж останніх тридцяти років суттєво зросло значення зовнішньоекономічних відносин, виникли та набули розвитку нові виробничі зв'язки.

Фактори розвитку зовнішньоекономічної діяльності можна розділити на 4 групи (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Фактори зовнішньоекономічної діяльності

Фактори	Сутність фактора
1. Інституційні і політичні умови	Створюють так званий сприятливий клімат в даній країні. Вони визначаються законодавством, фіскальною політикою, політичною стабільністю, правовою безпекою
2. Вартісні фактори	Охоплюють доступ до засобів виробництва і їх ціни. Серед них особливо часто згадується оплата праці, низький рівень якої у країнах, що розвиваються, виступає аргументом на користь багатьох зовнішньоекономічних операцій.
3. Ринкові фактори	В тому числі величина ринку, динаміка його зростання, рівень конкуренції, можливості експорту і зовнішня охорона ринку.
4. Торговельні бар'єри	Мито, митні процедури, ліцензії, контингенти, норми, державні субсидії для вітчизняних підприємств. Торговельними бар'єрами вважаються також транспорт і можливе негативне ставлення місцевих споживачів до чужих товарів.

Джерело: побудовано автором на основі [26, с.114]

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства — це активна сфера економічного життя. ЗЕД досить динамічно розвивається в сучасних умовах.

Впродовж багатьох століть міжнародні відносини виступали переважно як зовнішньоторговельні та допомагали з вирішенням проблеми щодо забезпечення населення товарами, які національна економіка виробляла неефективно чи не виробляла взагалі. Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків перетворив зовнішню торгівлю у велику сукупність міжнародних економічних відносин, тобто світове господарство. Через те що процеси, що відбуваються в ньому, торкаються інтересів усіх держав світу, країни повинні регулювати ЗЕД, щоб досягти своєї мети.

Світовий досвід показує, що навіть у промислово розвинутих країнах існує об'єктивна необхідність державі контролювати зовнішньоекономічну діяльність. Обов'язками держав є захист інтересів своїх виробників, та використання заходів для збільшення обсягів експорту, залучення іноземних інвестицій і збалансування валютного регулювання. Особливо важливим також є прийняття законодавчих актів, за допомогою яких буде здійснюватись контроль та будуть встановлюватись правила здійснення ЗЕД, а також контроль їх неодмінного виконання.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств є важливим фактором розвитку національної стабілізації економіки України. В даний час в промислово розвинутих країнах практично немає жодної галузі, яка б не стосувалася сфери зовнішньоекономічної діяльності. Жодна країна світу ще не зуміла створити здорову економіку, ізолювавшись від світової економічної системи.

Одним з основних елементів інтернаціоналізації є підприємства та їх зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД). Термін "зовнішньоекономічна діяльність" широко застосовується з початку 80-х років, оскільки до цього часу процес міжнародного обміну товарами та послугами називався "зовнішньою торгівлею", що означає придбання товарів за кордоном, тобто набір товар операції з імпорту та експорту »[10, с.99]. З поглибленням інтернаціоналізації та переходом від обміну товарами та послугами до широкого міжнародного науково-технічного та промислового співробітництва роль зовнішньої торгівлі зменшується. В економічній літературі існує безліч підходів до їх визначення, які слід враховувати при управлінні зовнішньоекономічною діяльністю.

Гребельник О.П. зазначає: "ЗЕД це об'єктивний процес обміну та зближення світу, їх суб'єктів у всіх сферах людського життя на основі спільних людських інтересів" [9, с.24]

Гуткевич С.О. дає таке визначення: «ЗЕД - це захід і дія для здійснення зовнішньоекономічних відносин. Найважливішою особливістю та наслідком зовнішньоекономічної діяльності підприємств є передача матеріальних, грошових, трудових та інтелектуальних ресурсів з однієї країни в іншу »[26, с.41].

Кириченко О.А. визначає ЗЕД: "... форма управління, яка виходить за межі національних кордонів і пов'язана із залученням до багатоступеневого циклу економічних відносин транснаціональних утворень" [28, с.52].

І. О. Піддубний стверджує наступне: «ЗЕД це господарська діяльність суб'єктів господарювання, яка в процесі її здійснення вимагає перетину митного кордону України з майном та / або робочою силою» [36, с.87]

Пітель Н. Я. У зовнішньоекономічній діяльності вбачається "... сукупність виробничо-господарських, організаційних, економічних та операційно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю у зовнішньоекономічних операціях" [37, с.53].

Розглянувши та проаналізувавши визначення, можемо зробити висновок, що у ЗЕД виділяють дві складові, що необхідно враховувати у процесі розроблення стратегій управління. Таким чином, діяльність, яка спрямована на забезпечення співробітництва між країнами шляхом встановлення і розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, та діяльність щодо виробництва підприємства, яка відображає міжнародний поділ праці.

Слід зауважити, що в науковій літературі немає однозначного підходу до виділення функцій управління ЗЕД. Таким чином, в Японії підхід до функцій приділяє головну увагу розробці програм оперативних виходячи з необхідності вирішувати повторювані день у день оперативні проблеми, котрі виникають при виробництві будь-якого продукту. Вище керівництво має приділяти велику частину своєї уваги роботі до таких ключових понять, як якість, графіки поставок, запаси, ремонт обладнання, проектування підприємств. Це робиться для того, щоб дійти до самої серцевини того, що визначають ринковий успіх того чи іншого продукту, а саме, високу якість при низьких витратах.

В той час як США велика частина часу керуючих підприємством відходить на планування портфеля замовлень і в якійсь частині планування на рівні підприємства (фірмі). Ці області функціонального планування частіше за все делегуються на рівень оперативного управління.

Під час проведеного аналізу функцій підприємства, що організує ЗЕД, було визначено, що вони активізуються в залежності від форм співпраці та умов зовнішньоекономічних угод. [47, с.56]. Серед ряду подібних функцій ми виділили функції, які можна побачити на рис. 1.1.

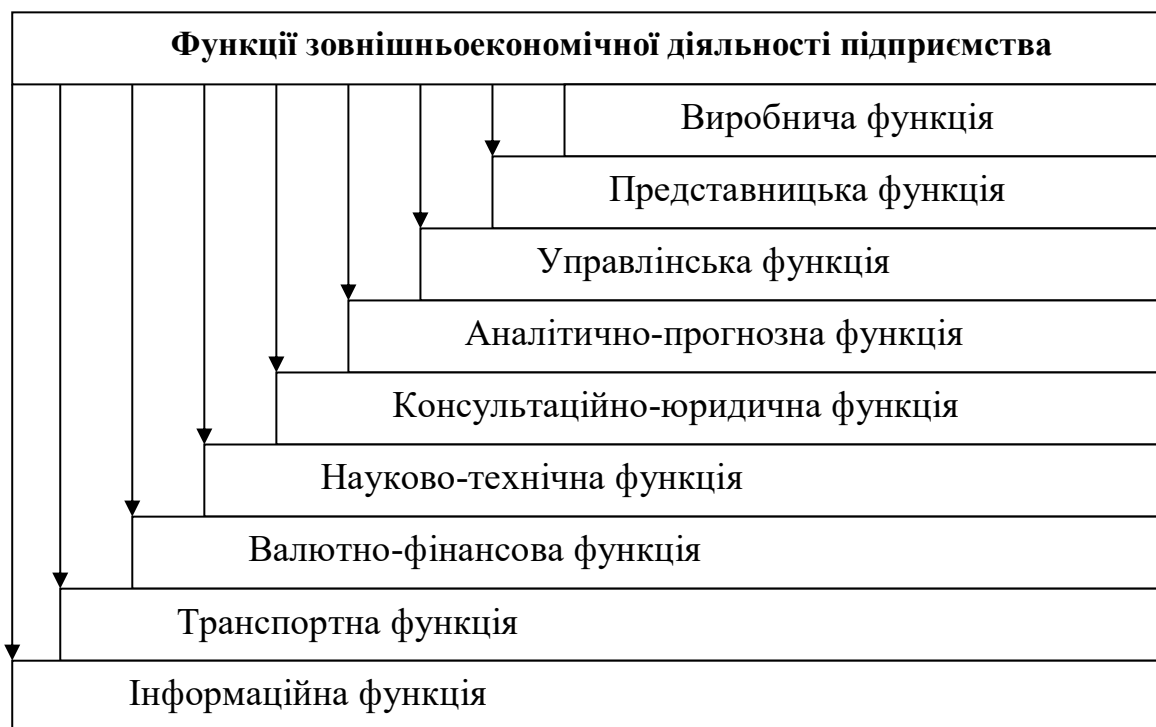


Рисунок 1.1 – Схема класифікацій функцій зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Побудовано автором на основі [9, с.47]

Аналітично-прогнозна функція використовується в аналізі зарубіжних суб'єктів ЗЕД на предмет можливої співпраці, дослідження сучасної ринкової кон'юнктури та планування розвитку ЗЕД на фірмі.

Присутність суб'єкта ЗЕД на території інших країн характеризується представницькою функцією. Науково-технічна функція розкривається в опануванні передового наукового досвіду інших країн. Територіальні межі зовнішньоекономічної діяльності підприємства пояснює транспортну функцію. Ефективність менеджменту на фірмі визначається управлінською функцією. Консультаційно-юридична функція характеризується специфікою зовнішньоекономічної діяльності щодо функціонування міжнародних економічних

організацій, ТНК, інтеграційних об'єднань. Залучення іноземних інвестицій та забезпечення міжнародних розрахунків пов'язане з валютно-фінансовою функцією. А інформаційна функція пов'язана із гарантуванням постійного потоку необхідної інформації. У створенні конкурентоспроможного товару чи послуги для зовнішнього ринку проявляється виробнича функція.

При аналізі ЗЕД підприємств фахівцями виділяються виробничо-господарські, організаційно-економічні та комерційні функції. До виробничо-господарських функцій відносяться вибір експортної стратегії, виробництво експортної продукції, виробничі зв'язки з внутрішніми партнерами. До організаційно-економічних функцій належать вибір методів і форм роботи на зовнішньому ринку, планування зовнішньоторговельних операцій, процес виходу на зовнішній ринок, планування зовнішньоторговельних операцій, організація реклами. А комерційні функції включають зовнішньоторговельні операції і допоміжні операції. Виділення зазначених функцій та їх складових характерно для окремих підприємств, котрі не входять до складу великих компаній, але в той же час є суб'єктами ЗЕД. Зовнішньоекономічна діяльність великої компанії має свої особливості.

Таким чином, термін «зовнішньоекономічна діяльність підприємства» необхідно розглядати як сукупність зовнішньоекономічних операцій у сфері господарської діяльності, котрі здійснює підприємство з метою отримання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг через вихід на світовий ринок.

1.2 Механізми, форми та методи зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Через глобалізацію зовнішніх ринків перед компаніями в наш час стоїть задача, коли підприємства-виробники повинні розробляти і виробляти продукцію для регіонів, які знаходяться за межами своєї країни.

Науковці відзначають, що на сьогодні, коли компанія стає «глобальною»,

перед нею постає необхідність вирішувати складне завдання: домогтися, щоб її розміри і досвід були достатніми для забезпечення додаткових обсягів продажів на ринках збуту [13, с.48].

Ринкова орієнтація веде до створення нових підходів до зовнішньоекономічної діяльності за рахунок якісного перетворення існуючої раніше системи виробництва та збуту. Заміна колишніх елементів здійснюється, як правило, не тільки істотним перетворенням самого характеру ЗЕД, а й створенням абсолютно нових форм. В таких умовах компаніями ставиться завдання щодо формування такого типу організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю, який при орієнтації на управління гарантує би ефективне функціонування виробничо-збутової системи компанії на міжнародному ринку.

Нежиттєздатні методи реалізації продукції ринкове середовище відхиляє, тим самим викликає необхідність нових конкурентоспроможних прийомів і процедур щодо просування виробів на міжнародний ринок. Це зумовлює необхідність ефективного організаційно-економічного механізму управління ЗЕД, яке здатне забезпечити стійке зростання обсягів реалізації в умовах непередбачуваності та динамічності ринку.

Головними принципами підприємства є: стримування витрат ресурсів, що пов'язані з виходом на світовий ринок неконкурентоспроможних продуктів; формування умов за яких враховуються інтереси підприємства і споживачів; створення та підтримка позитивного іміджу підприємства як перевіреного ділового партнера. Використання цих принципів дозволяє розробити підходи та методи для реалізації дієвої стратегії управління, яка сприятиме розвитку й розширенню обсягів ЗЕД українських підприємств.

У цей час у літературі [19, с.382] розглядаються основні ознаки підприємства, що виходять на зовнішній ринок (рис. 1.2).

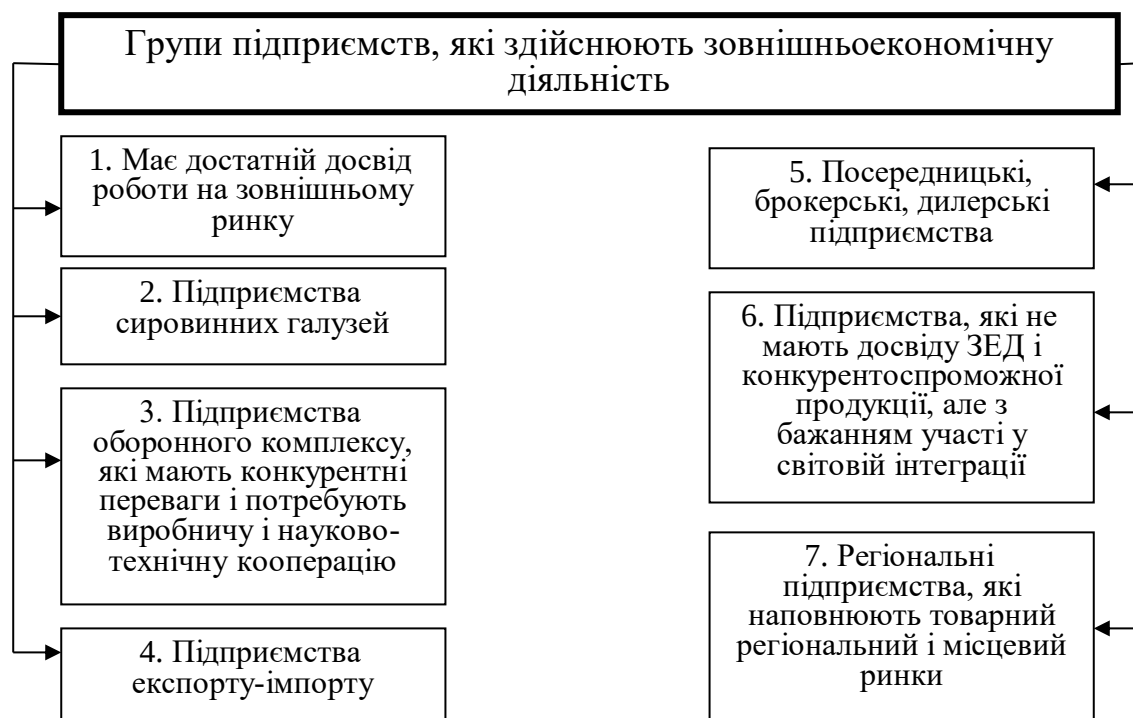


Рисунок 1.2 – Ознаки підприємства, яке виходить на зовнішній ринок

(Побудовано автором на основі [27, с.83])

Рівні можливості брати участь у міжнародних відносинах не означають однакові початкові умови виходу та належного функціонування підприємства на зовнішніх ринках. За діяльністю в цьому процесі можна виділити такі групи підприємств і розподілити їх стратегічні завдання:

група 1 - компанії, що мають достатній досвід роботи на зовнішніх ринках, авторитет та налагоджені міжнародні відносини;

група 2 - підприємства сировинних галузей, у яких спостерігаються суттєві відмінності в цінах на продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринках, тобто нафтовій, лісовій, гірничодобувній;

група 3 - підприємства оборонного комплексу, які пройшли переробку та мають високі технології, конкурентоспроможну продукцію та потребують виробничого та науково-технічного співробітництва;

група 4 - підприємства, що здійснюють експортно-імпортні операції через централізовані відомчі структури;

група 5 - посередницькі, брокерські, дилерські та інші організації, що виникли на базі розформованих державних підприємств зовнішньої торгівлі;

група 6 - підприємства, які не мають досвіду міжнародної діяльності та відповідної конкурентоспроможної продукції;

група 7 - муніципальні підприємства, перед якими стояли переважно місцеві завдання щодо задоволення попиту на регіональних та місцевих ринках.

Таблиця 1.2 – Основні завдання підприємств в області зовнішньоекономічної діяльності .

Номер групи	Характеристика завдання
1	Посилення ринкових позицій, збільшення міжфірмових контактів, зростання обсягу експорту, розширення меж ринку
2	Пошук закордонних ринкових ніш, вироблення конкурентної цінової й ефективної комунікаційної політики, оформлення збутових каналів
3	Розробка й широка пропаганда іміджу фірми, інноваційний маркетинг, створення стратегічних альянсів і спільних підприємств, застосування захисної реклами
4	Збереження ринкових позицій, ревізія каналів збуту, встановлення прямих й опосередкованих контактів, розробка фірмового стилю, активна реклама
5	Завоювання закордонних споживачів, зміна характеру взаємодії з вітчизняними підприємствами, широке застосування ринкових інструментів, підвищення кваліфікації працівників, розвиток нових форм підприємництва
6	Поліпшення й розширення асортименту, ефективна сервісна політика, формування діючої інноваційної стратегії, як умова поступового посилення потреби у встановленні зовнішньоекономічного виробничого й науково-технічного співробітництва
7	Забезпечення внутрінаціональної конкурентоспроможності, розвиток матеріально-технічної бази, підготовка кадрового апарата, активна товарна політика, маркетинг, епізодичні спроби виходу на зовнішній ринок, встановлення контактів із зовнішніми постачальниками

Джерело: побудовано автором на основі [27, с.83])

Для кожної групи підприємства характерні конкретні завдання, які були зведені та представлені в табл. 1.2.

Рішення про розширення економічної діяльності підприємства з метою реалізації вітчизняних товарів іноземним споживачам і, відповідно, отримання додаткового прибутку повинно бути підкріплене вибором відповідного зовнішньоекономічного ринку з наявним потенціалом. Застосування алгоритму,

представленого на рис. 1.3, сприятиме такому рішенню для компанії.

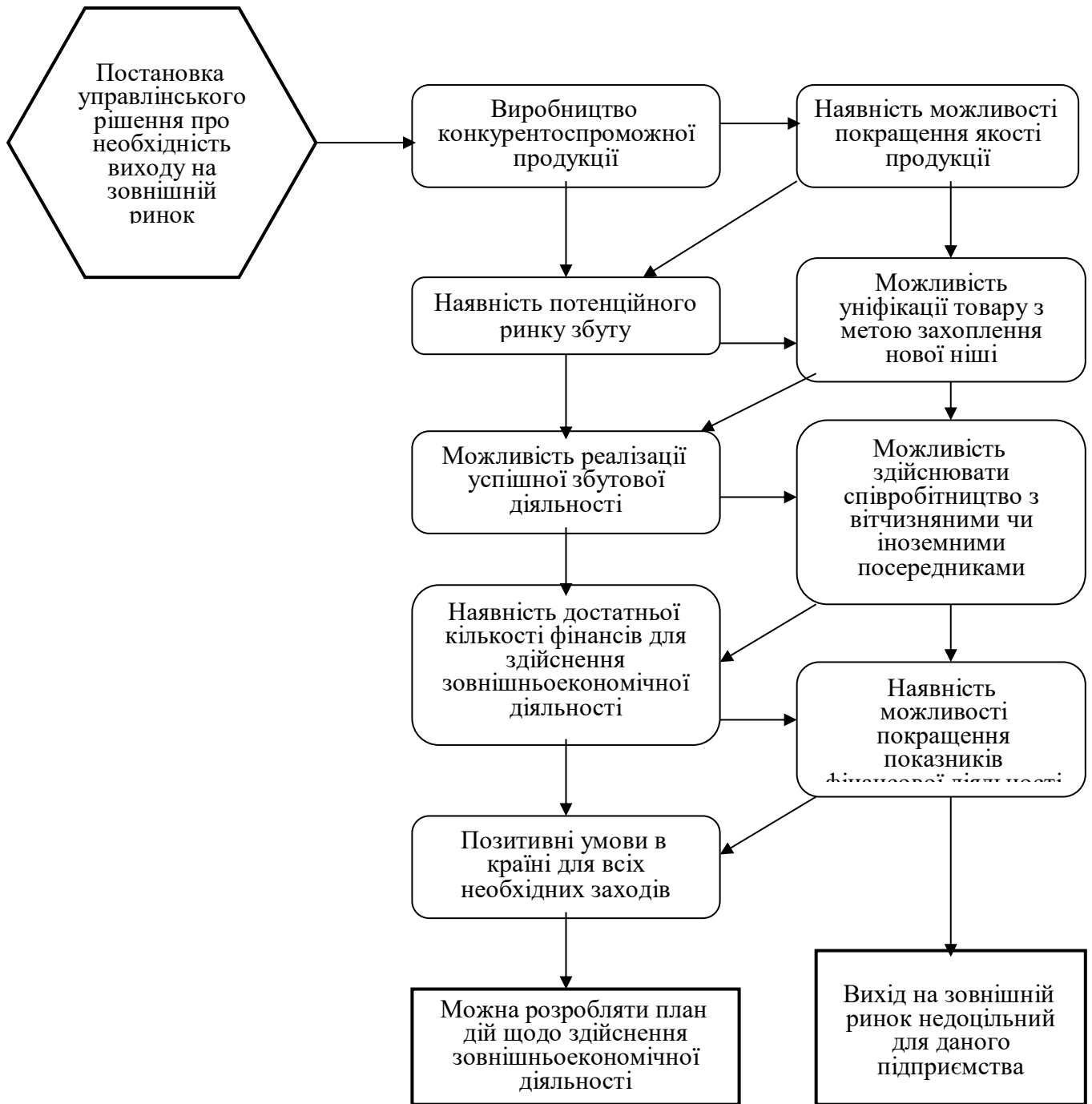


Рисунок 1.3 – Алгоритм прийняття підприємством управлінських рішень щодо виходу на зовнішній ринок

Побудовано автором на основі [28, с.209]

Серед основних причин виходу компанії на світовий ринок є такі: розширення ринку своєї продукції за межі національних кордонів з метою максимізації прибутку; насичення внутрішнього ринку та поява можливостей для

зовнішньоекономічної діяльності; наявність невикористаних виробничих потужностей; створення додаткових ринків збуту та груп споживачів; сприятливі економічні умови на зовнішніх ринках; можливість отримання державних пільг; отримання додаткового комерційного ефекту за рахунок використання переваг національних факторів виробничого та ресурсного потенціалу країни; зовнішньоекономічна діяльність як доказ ефективності її господарської діяльності; оволодіння іноземним досвідом зовнішньоекономічної діяльності.

Вихід вітчизняного підприємства на світовий ринок є фактором, який суттєво впливає на тенденцію, динаміку та стійкість національної економіки в цілому, на формування її структури та ефективність її функціонування. Високий рівень економічного розвитку країни визначає необхідність її участі у зовнішньоекономічних відносинах, оскільки сучасний стан світової економіки, міжнародний рівень розвитку продуктивних сил створюють умови, що унеможливають ефективне функціонування закритої економіки. Ефективний механізм зовнішньоекономічних зв'язків забезпечує ситуацію, коли попит на міжнародні товари проектується на внутрішній ринок, що створює потребу у продуктивних силах та сприяє розвитку вітчизняної промисловості, сільського господарства, торгівлі, послуг тощо.

Форми виходу підприємства на зовнішній ринок запропоновані на рис. 1.4.

Організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна розглядати на 3 рівнях: функціональному, інструментальному та корпоративному. На функціональному рівні в процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю відбувається практичне застосування сукупності загальних, основних і приватних функцій, що виконуються в різних масштабах у часі і охоплюють весь спектр підрозділів та процесів зовнішньоекономічної діяльності компанії.

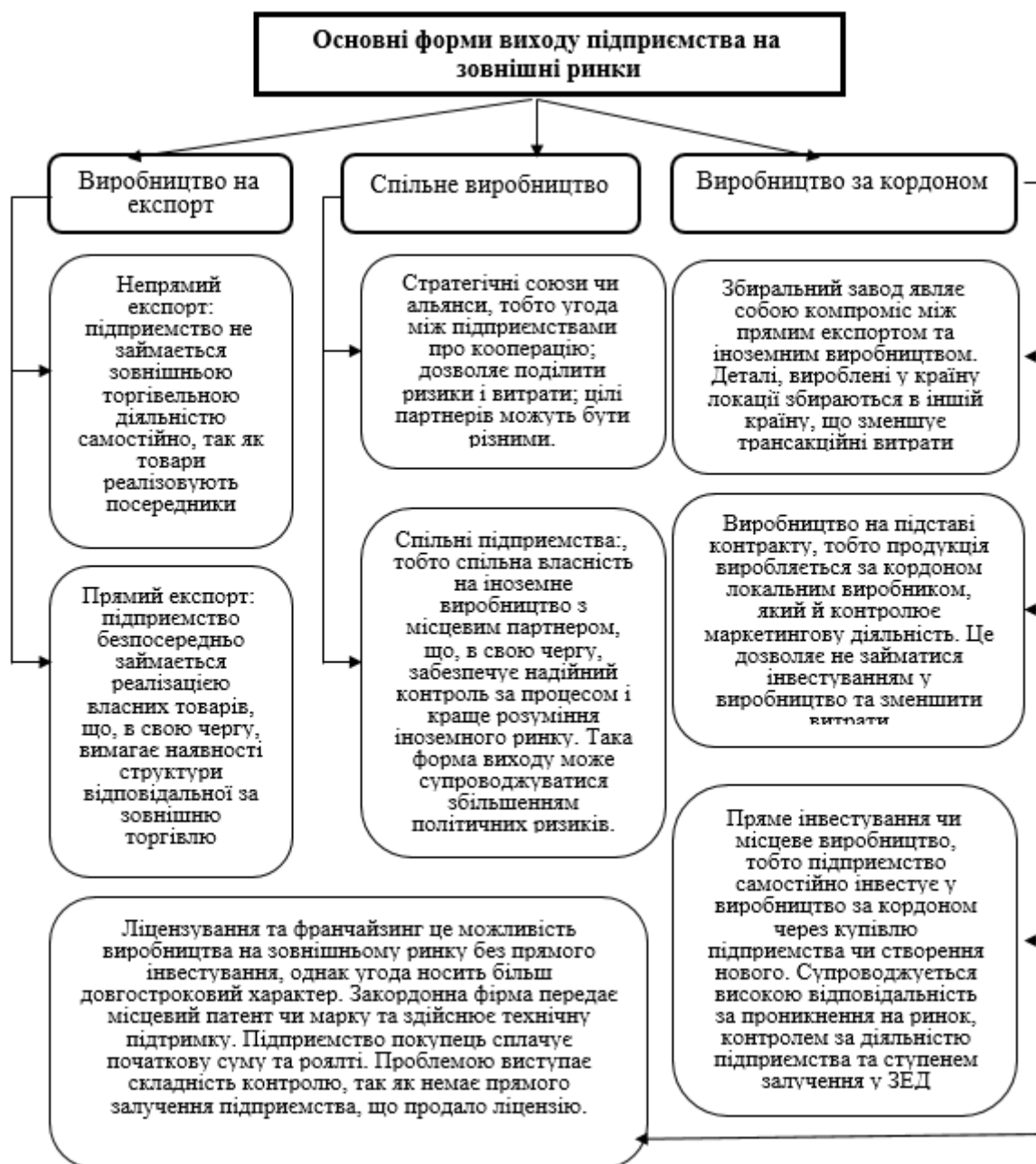


Рисунок 1.4 – Основні форми виходу підприємства на зовнішні ринки

Побудовано автором на основі [28, с.44]

Загальні функції включають такі функції, як: забезпечення прогнозування, регулювання, плановірності, координації, стимулювання і контролю ЗЕД. Треба також зазначити, що число загальних функцій управління ЗЕД завжди залишається незмінним.

Зазначені функції в структурі компанії виконуються різними підрозділами. У той же час зміна числа основних і приватних функцій залежить від завдань, що

вирішуються компанією. Тут до числа основних функцій було віднесено управління матеріально-технічним постачанням, управління валютними і фінансово-кредитними ресурсами, формування інформаційної бази даних. Виділення цих функцій пов'язане з особливістю зовнішньоекономічної діяльності компанії. Виділення в якості приватних функцій науково-технічного співробітництва та зовнішніх зв'язків пояснюється прагненням бути конкурентоспроможним на міжнародному ринку продукції. Інші приватні функції (рекламна діяльність, укладення договорів) пов'язані з активною роботою компанії на міжнародному ринку.

На інструментальному рівні в структурі організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю центральне місце належить експортній політиці компанії, основними елементами якої є створення, розвиток та управління ефективною системою продажу товарів на міжнародному рівні ринку. Метою зовнішньоекономічної діяльності в управлінні експортною політикою є розробка та формування оптимального асортименту продукції, що забезпечує прибуток компанії. Аналіз експортної політики ряду компаній показує, що вона вимагає управлінських рішень щодо окремих товарних одиниць, товарних груп, послуг.

Досвід вказує, що всі заходи щодо формування ефективної експортної політики та розробки її елементів базуються на життєвому циклі товару: виведення нового товару на ринок, ріст продажів, модифікація або модернізація для підтримання конкурентоспроможності, відмова від виробництва товарів, які не є попиту. Це пов'язано з тим, що будь-який ринок проходить стадії життєвого циклу, підкоряючись загальній закономірності або моделі, хоча цикли іноді відрізняються за формою і займають різний проміжок часу. У кожен момент життєвого циклу ринок відрізняється, як правило, певною конкретною динамікою та встановлює різні вимоги до компаній, що працюють на ньому.

Сформуємо структуру факторів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та характеризує їх показники, які зведені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 - Склад факторів розвитку потенціалу підприємства, орієнтованого на експортну діяльність

Фактор	Показник
Динамічність	Оборотність власного капіталу Оборотність поточної кредиторської заборгованості Середній термін збереження запасів Оборотність витрат Термін обігу запасів експортної продукції
Розвиток	Темп зміни заробітної плати Темп зміни виторгу від реалізації Темп зміни виторгу від реалізації продукції на експорт стосовно загального виторгу від реалізації Темп зміни реінвестованого прибутку Темп зміни прибутку від реалізації продукції на експорт Темп зміни балансового прибутку Темп зміни обсягів прямих іноземних інвестицій (ПІІ) (галузь, підприємство) Темп зміни витрат на реалізацію продукції на експорт Темп зміни рентабельності експорту стосовно загальної рентабельності діяльності
Результати фінансово-господарчої діяльності	Дохід від реалізації продукції на експорт стосовно загального доходу Рентабельність експортної діяльності Прибуток від експорту, що припадає на одного співробітника Відношення продуктивності праці підприємства до середньогалузевої продуктивності

Джерело: побудовано автором на основі [45, с.173]

Вказано, що загальна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинна включати певні компоненти [27, с.76]:

1. Потенціал внутрішнього та зовнішнього ринків. У цьому напрямку необхідно проаналізувати та вивчити ємність зовнішнього ринку і можливість виходу на нього компанією, а також оцінити привабливість внутрішнього ринку іноземними компаніями, що експортують продукцію.

2. Характеристика зовнішньоекономічної політики країн-експортерів та країн-імпортерів. Ця складова зовнішньоекономічної діяльності характеризується законами та нормативно-правовими актами зовнішньоекономічної діяльності, політичною ситуацією в країні, параметрами експортно-імпортних бар'єрів для виходу на відповідний ринок певної країни.

3. Конкурентна перевага підприємства, котра характеризується факторами,

які формуються в країні походження підприємства і відображає продуктивність усіх видів ресурсів. Таким чином, продуктивність ресурсів прямо пропорційна зменшенню виробничих витрат, з одного боку, а з іншого - із збільшенням адаптаційних якостей підприємства.

4. Система, котра забезпечує своєчасне та адекватне реагування на ситуацію на зовнішньому ринку. Ця система включатиме інструменти моніторингу ситуації на зовнішньому ринку, а також планування та прогнозування розвитку цього ринку.

5. Система синхронізації всіх частин підприємства з метою найбільш ефективного використання експортного потенціалу підприємства. Ця система специфічна і особлива, і використовується в основному великими підприємствами-експортерами продукції та великими промисловими комплексами. Оскільки реалізація експортних контрактів передбачає суворе дотримання графіків виробництва, налагоджену систему логістики та постачання продукції на зовнішні ринки, доставку «вчасно».

На проведеному аналізі можемо обґрунтувати вибір потенціалу як оцінки внутрішнього середовища підприємства при здійсненні ЗЕД підприємства на основі наступних положень:

1. Потенціал розглядається як кількісна характеристика внутрішнього середовища підприємства.

2. Використання значення стратегічного потенціалу для оцінки стратегічних можливостей та можливостей підприємства.

3. Можливість використання його кількісних та якісних оцінок для управління ним з метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

4. Здатність оцінювати статичні та динамічні властивості та характеристики підприємства.

5. Потенційна оптимізація на основі вибраних критеріїв та контрольних значень (на основі середніх показників у галузі або відповідних оцінок конкурентів).

6. Використання величини потенціалу при прийнятті стратегічних рішень, спрямованих на його збільшення.

7. Побудова та використання системи управління зовнішньою торгівлею підприємства.

Таким чином, основною метою зовнішньоекономічної діяльності є вивчення особливостей сучасних тенденцій у зовнішньому середовищі, в якому працює компанія, та створення на цій основі власних конкурентних переваг. Концепція управління спрямована на досягнення стратегічних цілей підприємства, яким повинна підпорядковуватися вся система управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність включає міжнародні відносини, які включають міжнародну торгівлю, спеціалізацію та кооперацію виробництва, встановлення відносин науково-технічного співробітництва, створення сприятливих умов для спільних підприємств та інших форм економічного співробітництва, що відповідають чинному законодавству країн.

1.3 Методичні підходи до оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності зумовлений прагненням підприємств зменшити витрати та отримати вигоду від розвитку виробництва шляхом використання відмінностей в економічному потенціалі країн [28, с.71].

У сучасній системі управління ЗЕД виділяється ряд факторів, показники яких визначають результати здійснення експортних операцій. Перш за все, це матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси підприємства, які використовуються у процесі здійснення ЗЕД (рис. 1.5).

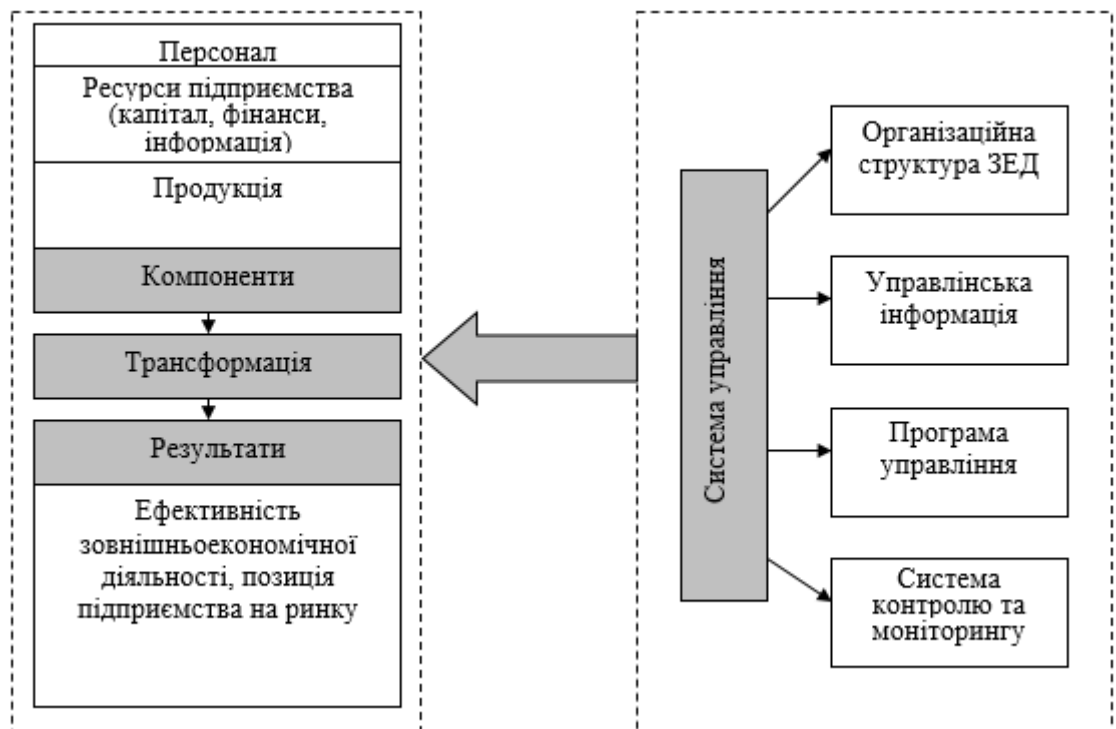


Рисунок 1.5 – Основні складові системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

(Побудовано автором на основі [45, с.173])

Як правило, за звичай, результати ЗЕД оцінюються, системою показників, зіставлення значень яких із плановими й прогнозними значеннями, дозволяє виявити проблеми, з якими зіштовхнулися підприємства на зовнішньому ринку, та визначити шляхи їх вирішення. В заданих умовах ефективним інструментом виступає критеріально-порівняльний аналіз, що дозволяє визначити внесок кожного з оцінюваних факторів у формування результату зовнішньоекономічної діяльності й визначити проблемні зони (рис. 1.6).

При цьому необхідно зауважити, що для проведення такого дослідження необхідні три блоки інформації:

- фактична (дані про підсумки експортної діяльності підприємства за період, що досліджується);
- контрольна (планові значення показників, що характеризують зовнішньоекономічну діяльність і прогноз тенденцій її розвитку на період, що

розглядається);

- статистична (відомості про підсумки аналогічної діяльності групи подібних підприємств і про зафіксовані тенденції на цільових сегментах світового товарного ринку).



Рисунок 1.6 – Схема критеріально-порівняльного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Побудовано автором на основі [9, с.163]

Під час аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства на першому етапі визначаються значення показників, що характеризують обсяг, структуру, динаміку й ефективність експорту підприємства. Фактичні результати експортної діяльності порівнюються із загальними світовими тенденціями для проведення

аналізу результатів, які були досягнуті завдяки зусиллям керівників підприємства, зовнішньому впливу ринкової кон'юнктури та середовища бізнесу. Порівнюючи отримані результати діяльності фірми, що досліджується, і аналогічних підприємств можемо визначити чим обумовлена зміна підсумків, а саме загальним погіршенням зовнішнього середовища, що сказалося на всіх підприємствах групи, або проблемами, котрі властиві лише даному підприємству. Порівняння фактичних значень показників із запланованими дає можливість підприємству, яке здійснює ЗЕД:

- оцінити реальність постановки завдань,
- проаналізувати основні недоліки організаційно-економічного механізму організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Усі вивчені критерії показників, виходячи з особливостей їх оцінки, були узагальнені нами у 2 групи: вихідну, представлену основними складовими зовнішньоекономічної діяльності (ресурси підприємства, персонал та товари) та результуючі, що формують результат експортних операцій (пропозиція, обмінний курс, експортна ціна). , рівень зносу обладнання). Аналіз показників 2 груп дозволяє оцінити ефективність функціонування системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства та виявити основні проблеми та недоліки в її розвитку.

Для українських підприємств можна виділити та узагальнити основні проблеми, які є найбільш характерними для організації та здійснення зовнішньоекономічної діяльності, і які стосуються як недоліків зовнішньоекономічної діяльності, так і системи управління в цілому (табл. 1.4) .

Напрямки вирішення проблем, виявлених під час аналізу вітчизняних підприємств, поділяються на 3 блоки: зміни в організації виробництва для зовнішньоекономічної діяльності; зміни в організації продажу та обслуговування продукції для зовнішньоекономічної діяльності; зміна системи управління зовнішньоекономічною діяльністю в цілому.

Таблиця 1.4 – Основні проблеми щодо організації та здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Назва проблеми	Характер проблеми	Індикатор проблеми
Недоліки щодо організації зовнішньоекономічної діяльності		
Персонал	Освітні (незнання іноземної мови, низька ерудиція, незнання етикету); маркетингові (невміння провести аналіз ринку, товару, відслідкувати зміну кон'юнктури); комерційні (невміння вести переговори, підтримувати ділові контакти)	Зменшення об'ємів збуту на зовнішньому ринку та прибутку в розрахунку на одного співробітника, який зайнятий у здійсненні ЗЕД
Ресурси (матеріальні, фінансові та інформаційні)	Внутрішня конкуренція між різними напрямками підприємництва; невідповідність кількісних та якісних характеристик ресурсів необхідним вимогам дефіцит ресурсів для розвитку ЗЕД	Зменшення темпів розвитку ЗЕД підприємства та повернення залучених коштів
Товар	Не конкурентоспроможність товару; низький потенціал розвитку і гнучкості товару	Зменшення об'ємів збуту на зовнішньому ринку, погіршення цінової структури експорту
Недоліки щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю		
Організаційна структура ЗЕД та форми її здійснення	Не забезпечує моніторингу ринкової кон'юнктури та своєчасної реакції підприємства на її зміни; не дозволяє оперативно та ефективно залучати ресурси підприємства для здійснення та розвитку ЗЕД	Уповільнення темпів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та повернення інвестованих коштів
Система контролю та моніторингу	Не забезпечує отримання необхідної аналітичної інформації про стан ЗЕД підприємства; не підтримується процес створення та прийняття рішень, які забезпечують оперативну реакцію на зміну ЗЕД	
Програма управління	Не є аргументованою, багатоваріантною і не відповідає цілям розвитку ЗЕД підприємства; не містить достатньої кількості інформації про ЗЕД підприємства; не має графіку заходів та контролю за показниками ЗЕД і не встановлює їх планових значень	
Інформаційне забезпечення	Не здійснюється повний аналіз вхідної інформації про стан ЗЕД; немає системи показників, які потребують негайного розрахунку та фіксації	

Джерело: побудовано автором на основі [14, с.65]

Кожен із напрямів вирішення проблем зовнішньоекономічної діяльності - це комплекс заходів, що впливають на різні сегменти комплексу зовнішньої діяльності підприємства. Заміна системи управління зовнішньоекономічною діяльністю в

цілому впливає на трансформацію статусу експортного виробництва як напряму діяльності підприємства, що впливає на розподіл та використання його капіталу.

Зробити аналіз зовнішньоекономічну діяльність підприємств можна шляхом оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності (E_{zed}) [6, с.31]:

$$E_{zed} = \frac{P_{zed}}{Qp} \times 100\%, \quad (1.1)$$

де, E_{zed} - ефективність ЗЕД,

Qp - ресурси, залучені для здійснення ЗЕД.

P_{zed} - прибуток від ЗЕД,

З метою здійснення ЗЕД підприємство може використовувати власні і залучені ресурси, формула 1.2 набуває наступний вигляд [6, с.31]:

$$P_{zed} = \frac{(A + Di + Dd + Dk + Kb + Kf + Ip) \times E_{zed}}{100\%}, \quad (1.2)$$

де Dk – дохід від участі в капіталі;

A – амортизація;

Dd – дохід у вигляді дивідендів;

Di – дохід від реалізації фінансових ресурсів;

Ip – іноземні інвестиції;

Kb – банківські кредити.

Kf – грошові засоби інших підприємств;

Головним джерелом розвитку зовнішньоторговельного виробництва може бути амортизація, яка спрямована на поліпшення виробничої бази підприємства. Тому що прибуток, отриманий від зовнішньоекономічної діяльності, буде спрямований насамперед не на розвиток, а на покриття збитків попередніх періодів.

Економічний ефект підприємства, що виробляє спеціалізовану продукцію на експорт, відображається у формулі 1.3 [7, с.111]:

$$E_{спец} = \sum [P_{ei} - Z_{ei}] Q_{pei} + E_{кц}, \quad (1.3)$$

де Pei – дохід від реалізації продукції на зовнішньому ринку;

Ze_i – витрати на реалізацію одиниці експортної продукції;

Ope_i – кількість продукції на експорт;

E_{kc} – ефект концентрації виробництва.

Ефективність впровадження імпорту результатів науково-технічних розробок на підприємстві вичисляється за формулою [6, с.31]:

$$E_{мнтс} = \frac{П_{мнтс}}{В_{мнтс}} = \frac{\sum Q_{in}(P_{in} - C_{in}) + \sum Q_{ej}(P_{ej} - C_{ej})}{(B_0 - B_1) - E_n(K_1 - K_0)} \quad (1.4)$$

де $П_{мнтс}$ – річний прибуток імпортованої науково-технічної розробки;

$В_{мнтс}$ – витрати на проведення заходів;

Q_{in} – річний обсяг виробництва продукції на внутрішньому ринку;

Q_{ej} – річний обсяг продукції на експорт;

P_{in} – ціна продукції на внутрішньому ринку;

P_{ej} – зовнішньоторговельна ціна продукції на експорт;

C_{in} – собівартість власного виробництва продукції на внутрішньому ринку;

C_{ej} – собівартість виробництва і транспортування продукції на експорт;

$B_{0(1)}$ – абсолютна величина витрат пов'язаних із експлуатацією обладнання, відповідно, до і після здійснення науково-технічного імпорту;

$K_{0(1)}$ – абсолютні капіталовкладення, відповідно, до і після здійснення імпорту;

E_n – нормативний коефіцієнт рентабельності капіталовкладень.

Для шляхів вдосконалення методології, що демонструє реальну конкурентоспроможність підприємства при оцінці потенціалу та доцільності його діяльності на зовнішніх ринках, застосовується метод скоординованої оцінки змін конкурентоспроможності підприємства та зовнішньоекономічної діяльності (табл. 1.5), що складається з 4 груп показників ЗЕД, ефективності використання капіталу на шляху завоювання нових ринків, ефективності основних видів зовнішньоекономічної діяльності та їх потенційної конкурентоспроможності.

Таблиця 1.5 – Комплексна система узгодженої оцінки зміни ефективності зовнішньоекономічної діяльності за умов конкуренції

Показники	Розрахунок показників
1. Оцінка стану ЗЕД, (ІАС)	
1.1. Індекс зміни обсягу реалізації продукції підприємства на зовнішньому ринку	$K_{1.1} = \frac{P_i}{P_{i-1}}$, P_i - обсяг реалізації на зовнішньому ринку у звітному році та базисному роках
1.2. Індекс зміни частки експортних операцій в загальному обсягу реалізованої продукції	$K_{1.2} = \frac{I_p}{I_{zp}} = \frac{P_i \times Op_{i-1}}{Op_i \times P_{i-1}}$, I_{zp} - індекс зміни обсягу реалізації, $Op_{i(i-1)}$ - загальний обсяг реалізованої у звітному та базовому роках
1.3. Індекс зміни середньозваженої частки зовнішнього ринку продукції	$K_{1.3} = \frac{\sum \frac{I_{pn}}{I_{en}}}{N} = \frac{\sum \frac{P_{n_i} \times E_{pn_{i-1}}}{E_{pn_i} \times P_{n_{i-1}}}}{N}$, I_{pn} - індекс зміни реалізації на зовнішньому ринку, I_{en} - індекс зміни ємкості ринку, $P_{n_{i(i-1)}}$ - обсяг реалізації на зовнішньому ринку в звітному та базовому роках, $E_{pn_{i(i-1)}}$ - ємкість цільового ринку в звітному та базовому роках
2. Оцінка ефективності використання ресурсів ЗЕД, (ІАР)	
2.1. Індекс зміни коефіцієнту віддачі оборотного капіталу для експортних операцій	$K_{2.1} = \frac{Ee_i \times КОБе_i}{Ee_{i-1} \times КОБе_{i-1}} = \left\langle \frac{Pe_i}{Ze_i} \times \frac{3e_i}{СОБе_i} \right\rangle / \left\langle \frac{Pe_{i-1}}{Ze_{i-1}} \times \frac{3e_{i-1}}{СОБе_{i-1}} \right\rangle$, E_e - коефіцієнт ефективності експортних операцій, $КОБе$ - коефіцієнт обертання оборотного капіталу для експортних операцій, $СОБе$ - середні за визначений період залишки оборотних коштів, залучених для здійснення експортних операцій, Pe - дохід на зовнішньому ринку, Ze - витрати на здійснення експортних операцій
2.2. Індекс зміни коефіцієнту віддачі оборотного капіталу для імпорتنих операцій	$K_{2.2} = \frac{Ei_i \times КОБі_i}{Ei_{i-1} \times КОБі_{i-1}} = \left\langle \frac{3iv_i}{3iz_i} \times \frac{3iz_i}{СОБі_i} \right\rangle / \left\langle \frac{3iv_{i-1}}{3iz_{i-1}} \times \frac{3iz_{i-1}}{СОБі_{i-1}} \right\rangle$, E_i - коефіцієнт ефективності імпорتنих операцій, $КОБі$ - коефіцієнт обертання оборотного капіталу для імпорتنих операцій, $СОБі$ - середні за визначений період залишки оборотних коштів, залучених для здійснення імпорتنих операцій; $3iv$ - ціновий об'єм реалізації імпортованих товарів за мінусом витрат на їх реалізацію на внутрішньому ринку, $3iz$ - витрати на здійснення імпорту
2.3. Індекс зміни інвестиційної привабливості ЗЕД	$K_{2.3} = \frac{Pzed_i}{Qp_i} / \frac{Pzed_{i-1}}{Qp_{i-1}}$, $Pzed_{i(i-1)}$ - прибуток ЗЕД відповідно у звітному та базовому роках, $Qp_{i(i-1)}$ - вкладений капітал у розвиток ЗЕД у звітному та базовому роках
3. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, (ІАЕ)	

Продовження табл. 1.5

1	2
3. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, (IΔE)	
3.1. Індекс зміни ефективності експортних операцій	$K_{3.1} = \frac{Pe_i}{3e_i} - \frac{Pe_{i-1}}{3e_{i-1}} = \frac{\sum Ven_i \times Cen_i}{\sum 3en_i} - \frac{\sum Ven_{i-1} \times Cen_{i-1}}{\sum 3en_{i-1}},$ $Pe_{i(i-1)}$ - експорт продукції у звітному та базовому роках, $3e_{i(i-1)}$ - витрати на здійснення експорту за звітний і базовий роки
3.2. Індекс зміни ефективності імпорتنих операцій	$K_{3.2} = \frac{3iv_i}{3iz_i} - \frac{3iv_{i-1}}{3iz_{i-1}} = \frac{\sum \langle Cen_i \times Vin_i \rangle - Bmp_i}{\sum 3izn_i} - \frac{\sum \langle Cen_{i-1} \times Vin_{i-1} \rangle - Bmp_{i-1}}{\sum 3izn_{i-1}},$ $Cen_{i(i-1)}$ - ціна імпортованого товару на внутрішньому ринку, $Bmp_{i(i-1)}$ - витрати пов'язані із реалізацією продукції на внутрішньому ринку, $3iz_{i(i-1)}$ - витрати на придбання імпортованого товару
3.3. Індекс зміни ефективності міжнародного науково-технічного співробітництва	$K_{3.3} = \frac{Пмнтс_i}{Вмнтс_i} / \frac{Пмнтс_{i-1}}{Вмнтс_{i-1}},$ $Пмнтс_{i(i-1)}$ - річний прибуток по імпорту науково-технічної розробки у звітному та базовому роках; $Вмнтс_{i(i-1)}$ - витрати на міжнародне науково-технічне співробітництво у звітному та базовому році
3.4. Зміна ефективності здійснення бартерних операцій	$K_{3.6} = \frac{Be_i - Bi_i}{Be_{i-1} - Bi_{i-1}},$ $Be_{i(i-1)}, Bi_{i(i-1)}$ - обсяг витрат на експорт та імпорт у звітному та базовому році

Джерело: побудовано автором на основі [9, с.287]

Мета аналізу показників наведена в табл. 1.5, це є оцінка стану та динаміки зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що конкурує, оцінка ефективності експортно-імпорتنих операцій, визначення конкурентоспроможності продукції, сильних та слабких сторін підприємства в управлінні процесом покриття нових сегменти на зовнішньому ринку. на сучасному етапі.

Висновки до розділу 1

В ході роботи було визначено, що категорію «зовнішньоекономічна діяльність підприємства» слід розглядати як сукупність зовнішньоекономічних операцій у сфері господарської діяльності, котрі здійснює фірма з метою отримання максимального прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг внаслідок виходу на зовнішні ринки.

Зовнішньоекономічна діяльність містить у собі міжнародні відносини, до яких входять налагодження зв'язків науково-технічного співробітництва, спеціалізація й кооперація виробництва, міжнародний обмін товарами, формування сприятливих умов для створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва, котрі відповідають законодавству відповідної країни.

Також було наведено показники, які дають змогу оцінити ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства та порівняти отримані показники із звітним та базовим періодом, який був обраний для порівняння.

Таким чином, після розрахунку показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності керівництво має можливість оцінити основні бізнес-процеси. У випадку, коли який-небудь показник розвитку ЗЕД відстає, розробляються заходи щодо його покращання. Показники дозволяють також провести ранжування важливості дій керівників підприємства, щоб покращити процеси виходу на зовнішній ринок.

2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МОНТАЖСПЕЦКОНСТРУКЦІЯ»

2.1 Господарсько-правові засади функціонування підприємства та його загальна характеристика

ТОВ «Монтажспецконструкція» на ринку України з 2009 р..

Адреса – м. Кривий Ріг, вул. Вантажна, 8.

Відповідно до статуту основним видом діяльності є 41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель,

Інші види діяльності:

25.11 Виробництво будівельних металевих конструкцій і частин конструкцій

43.99 Інші спеціалізовані будівельні роботи.

ТОВ «Монтажспецконструкція» самостійно планує основні напрямки своєї діяльності та визначає перспективи розвитку, виходячи з попиту на товари, роботи та послуги Компанії. Компанія продає свою продукцію та послуги за цінами та тарифами, встановленими нею самостійно або на договірній основі.

Вищим органом управління ТОВ «Монтажспецконструкція» є Загальні збори учасників. Виконавчим органом є директор. Трудові відносини працівників з Компанією виникають на підставі трудових договорів та регулюються КЗпП України.



Рисунок 2.1 – Структура ТОВ «Монтажспецконструкція»

Побудовано автором на основі даних ТОВ «Монтажспецконструкція»

ТОВ «Монтажспецконструкція» визначає загальну чисельність працівників, визначає порядок найму працівників, порядок денний форми та системи оплати праці, порядок надання вихідних та відпусток. Працівники Компанії мають право на всі види соціального забезпечення, які передбачені чинним законодавством України. Для працівників Компанії можуть встановлюватися додаткові трудові та соціальні виплати. Робота в Компанії включається до стажу відповідно до чинного законодавства України.

Діяльність підприємств в Україні регулюється економічним законодавством. Воно охоплює як економічні закони у власному розумінні, так і інші нормативні акти щодо економічного життя. Нормативними актами, що регулюють господарську діяльність в Україні, є: Конституція України та закони, що регулюють економічні відносини: закони України "Про власність", "Про систему оподаткування", "Про бюджетну систему України", "Про відновлення платоспроможності або визнання боржника". про банкрутство ".

Ефективність управлінської роботи в ТОВ "Монтажспецконструкція" постійно аналізується. Проаналізуємо кадровий склад підприємства (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Структура трудових ресурсів ТОВ «Монтажспецконструкція» за категоріями персоналу за 2018-2020 рр. Категорії персоналу	2018	2019	2020	Відхилення			
				абс.		відн., %	
				2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Середньооблікова чисельність працівників, у т.ч.:	125	151	111	26	-40	20,80	-26,49
1. Апарат управління	36	45	29	10	-17	26,84	-36,47
2. Виробничий персонал, усього	65	76	62	10	-14	15,31	-18,32
в т.ч. виробничий відділ	54	60	49	7	-11	12,75	-18,32
відділ кадрів	6	8	8	2	1	26,84	8,90
відділ маркетингу	6	8	4	2	-3	26,84	-45,55
3. Допоміжний персонал	24	30	21	6	-10	26,84	-31,94

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Як показано в таблиці 2.1, у структурі персоналу підприємства найменшу частку становить допоміжний персонал, а найбільшу - виробничий персонал. Далі була проаналізована вікова структура працівників (табл. 2.2).

Табл. 2.2 показує, що протягом досліджуваного періоду більшість працівників були у віковому діапазоні 20-25 р.. У 2018 р. - 60 осіб, у 2019 р. - 68 осіб, у 2020 р. - 45 осіб. Кількість персоналу у віковій категорії 26-35 р. становила у 2018 р. - 48 осіб, у 2019 р. - 53 особи, у 2020 р. - 37 осіб.

Таблиця 2.2 - Розподіл працівників ТОВ «Монтажспецконструкція» на 2018-2020 роки.

Показник	2018	2019	2020	Відхилення			
				абс.		відн., %	
				2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
За віковими групами							
20–25 років	60	68	45	8	-23	14,16	-33,45
26–35 років	48	53	37	5	-16	10,99	-29,99
36–40 років	6	8	4	2	-3	26,84	-45,55
41–45 років	6	8	12	2	5	26,84	63,36
46–50 років	6	15	8	9	-7	153,68	-45,55
51–55 років	0	0	4	0	4		100
За статтю							
Жінки	24	38	25	14	-13	58,55	-34,66
Чоловіки	101	113	86	12	-27	11,92	-23,77
За освітнім рівнем							
– вищу освіту	95	121	70	26	-51	26,84	-42,14
– середню спеціальну освіту	24	30	37	6	7	26,84	22,52
– середню освіту	6	0	4	-6	4	-100	100
За стажем							
– зі стажем до 1 року	42	53	37	11	-16	26,84	-29,99
– 1–2 роки	54	60	37	7	-23	12,75	-38,74
– 2–3 років	12	23	21	11	-2	90,26	-9,25
– 3–4 років	18	15	16	-3	1	-15,44	8,90

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Практично у всіх вікових категоріях спостерігається зменшення частки, що пояснюється зменшенням загальної чисельності персоналу у 2018-2020 роках. У компанії працює більшість чоловіків, що пояснюється специфікою будівельної

компанії. Більшість працівників працюють на підприємстві більше 1-2 років (у 2018-2019 роках) та менше 1 року (у 2020 році).

Для всебічного аналізу діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» ми проведемо загальну оцінку звітності за 2018-2020 роки.

Для того, щоб виявити причини збиткової діяльності підприємства, розглянемо, як у таблиці чіткіше формуються фінансові результати діяльності підприємства. 2.3.

Таблиця 2.3 – Формування фінансових результатів діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Темп приросту	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	36845	85115	34925	48270	-50190	131,01	-58,97
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	32493	75806	34577	43313	-41229	133,30	-54,39
Валовий прибуток	4352	9309	348	4957	-8961	113,90	-96,26
Інші операційні доходи	95	33	1937	-62	1904	-65,26	5769,70
Адміністративні витрати	2345	3321	3861	976	540	41,62	16,26
Витрати на збут	94	10	0	-84	-10	-89,36	-100
Інші операційні витрати	290	1831	503	1541	-1328	531,38	-72,53
Фінансовий результат від операційної діяльності	1718	4180	-2079	2462	-6259	143,31	-149,74
Фінансові витрати	0	10	0	10	-10	100	-100
Інші витрати	0	109	16	109	-93	100	-85,32
Фінансовий результат до оподаткування	1718	4061	-2063	2343	-6124	136,38	-150,80
Витрати (дохід) з податку на прибуток	119	731	108	612	-623	514,29	-85,23
Чистий фінансовий результат	1599	3330	-2171	1731	-5501	108,26	-165,20

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Зі табл. 2.3 бачимо, що операційна діяльність підприємства у 2020 р. є збитковою 2079 тис. грн., що зумовлено значним збільшенням операційних витрат

та зменшенням операційного доходу в 2020 р. Чистий дохід від реалізації продукції у 2020 р. зменшився на 50 190 тис. Грн., що становить 58,97 % менше, ніж у 2019 р. Вартість продукції у 2020 р. також має тенденцію до зменшення на 41 229 тис. грн., або на 54,39%. Таким чином, собівартість продукції має повільніші темпи зниження, ніж чистий прибуток. У 2020 р. зменшення продажів можна пояснити зменшенням попиту та купівельної спроможності населення. Протягом досліджуваних років спостерігалось зменшення чистих фінансових результатів досить високими темпами. Так, у 2018 р. отримано чистий прибуток у розмірі 1599 тис. грн., як компанія закінчила 2020 р. із чистим збитком у розмірі 2171 тис. грн.

Формування активів та пасивів ТОВ "Монтажспецконструкція" у додатку В.

На основі аналізу відзначаємо наступне:

- у 2019 р. активи компанії були зменшені на 2 945 тис. грн., або на 9,32%, що було пов'язано зі зменшенням оборотних активів на 8431 тис. грн., або на 35,9% через зменшення грошових коштів компанії; необоротні активи збільшуються на 67,62% або 5486 тис. грн;

- у 2020 р. активи компанії зменшуються на 32,05%, або на 9 182 тис. грн. за рахунок зменшення частки акцій та грошових коштів підприємства на 76,23% та 20,87%.

У структурі активів суттєво переважають оборотні активи ТОВ "Монтажспецконструкція", частка яких зростає з 25,68% у 2018 р. до 65,71% у 2020 р. У 2020 р. частка необоротних активів значно падає до 34,29% за рахунок оновлення основних фондів підприємства. Структура активів компанії наведена на рис. 2.2.

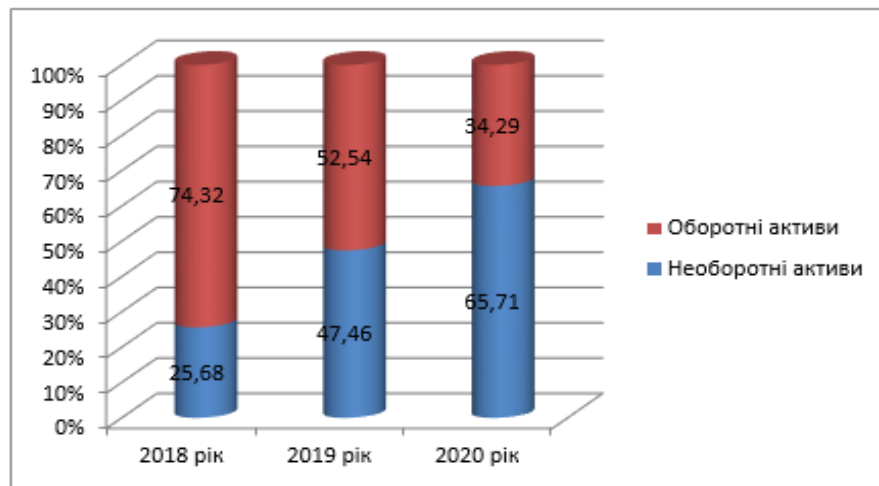


Рисунок 2.2 – Структура активів ТОВ «Монтажспецконструкція» у 2018-2020 рр., %

Побудовано автором на основі даних ТОВ «Монтажспецконструкція»

Як видно з рис. 2.2, що частка власного капіталу збільшується та має: у 2018 р. 38,79%, у 2019 р. – 54,3%, а у 2020 р. – 72,71%.

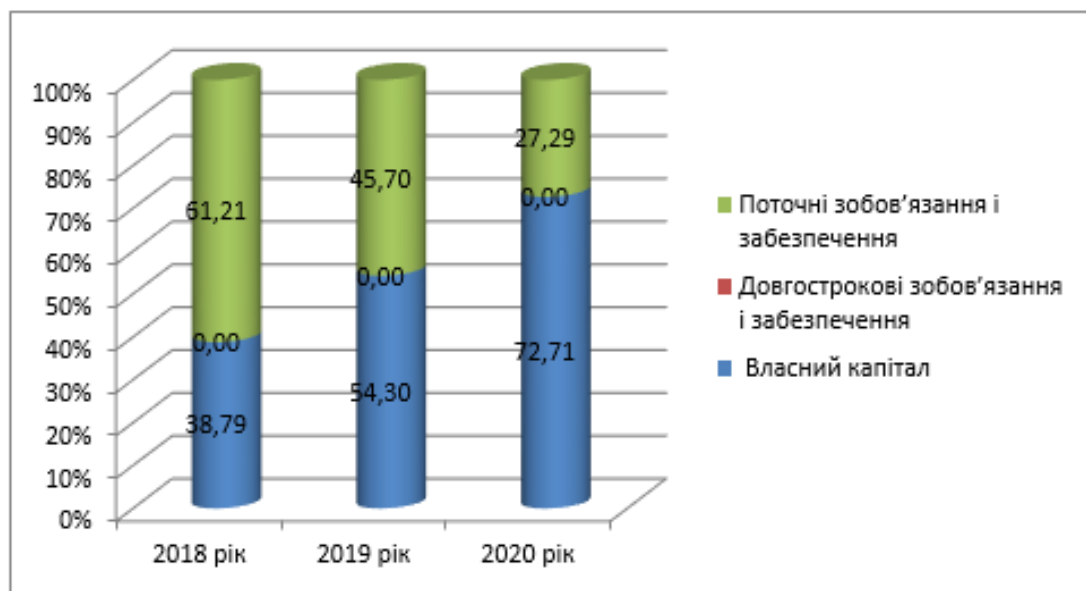


Рисунок 2.3 – Структура пасиву балансу ТОВ «Монтажспецконструкція» у 2018-2020 рр.

Побудовано автором на основі даних ТОВ «Монтажспецконструкція»

Бачимо, що зростання позитивно позначиться на фінансовій стійкості підприємства. У 2018 р. 38,79% зобов'язань фінансувалося за рахунок власного капіталу, а в 2020 р.- 72,71% пасивів, що є гарантією платоспроможності компанії.

У 2018-2020 рр. частка пасивів у структурі пасивів у 2018 р. була 61,21%, а в 2020 р. - 27,29%. Ця тенденція свідчить про те, що в умовах нестабільної зовнішньої ситуації частина необоротних активів фінансується кредиторами, часто короткостроковими банківськими позиками та збільшенням поточної кредиторської заборгованості.

Однак компанія не має довгострокових зобов'язань за аналізований період.

На основі аналізу табл. 2.4, можна зазначити, що основні засоби спрацьовують. Про що свідчить висока величина норми амортизації в 2018 р. - 33%, а в 2019 р. - 37%. У 2020 р. 63% основних фондів були придатними для використання.

Таблиця 2.4 - Динаміка показників ефективності використання основних фондів ТОВ «Монтажспецконструкція» на 2018-2020 роки

Назва показника	Роки			Абсолютне відхилення	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,33	0,29	0,37	-0,04	0,08
Коефіцієнт зносу нематеріальних активів	1,00	0,72	0,76	-0,28	0,04
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,67	0,71	0,63	0,04	-0,08
Коефіцієнт придатності нематеріальних активів	0,00	0,28	0,24	0,28	-0,04
Віддача основних засобів	4,69	6,26	2,74	1,58	-3,53
Віддача необоротних активів	4,54	6,26	2,73	1,72	-3,53
Місткість основних засобів	0,21	0,16	0,37	-0,05	0,21
Місткість необоротних активів	0,22	0,16	0,37	-0,06	0,21
Рентабельність основних засобів	0,20	0,24	-0,17	0,04	-0,42
Рентабельність необоротних активів	19,71	24,49	-16,97	4,78	-41,46
Коефіцієнт інвестування власних та довгострокових залучень	0,66	0,87	0,90	0,21	0,03
Озброєність основними засобами	62,89	90,01	114,95	27,13	24,94

Продовження таблиці 2.4

Озброєність необоротними активами	64,90	90,06	115,26	25,16	25,20
Відношення необоротних активів до оборотних активів	0,35	0,90	1,92	0,56	1,01

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Недоліком є зменшення рентабельності активів з 4,69 у 2018 р. до 2,74 у 2020 р., у 2020 р. з 1 грн. основних фондів виготовлено на 2,74 грн. За збитковою діяльністю в 2020 р., прибутковість основних фондів є негативною. Коефіцієнт озброєння зростає з 62,89 тис. грн / особа. у 2018 р. до 114,95 тис. грн / особа. у 2020 році за рахунок зменшення чисельності персоналу. У 2018 р. за 1 грн. необоротні активи склали 0,35 грн. оборотні активи, а в 2020 р. - 1,92 грн.

Динаміка показників оцінки фінансового стану ТОВ «Монтажспецконструкція» в табл. 2.5. Коефіцієнт загальної ліквідності має тенденцію до збільшення з 1,21 у 2018 р до 1,26 у 2020 р. Значення коефіцієнта менше нормативного, тобто підприємство не в може покрити свої поточні зобов'язання, необхідно зменшити суму боргу.

Таблиця 2.5 - Динаміка показників оцінки фінансового стану ТОВ «Монтажспецконструкція» на 2018-2020 роки.

Назва показника	Роки			Абсолютне відхилення	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019
1	2	3	4	5	6
Показники ліквідності					
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,05	0,04	0,09	0,00	0,04
Коефіцієнт уточненої ліквідності	0,34	0,98	1,14	0,64	0,16
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,21	1,15	1,26	-0,06	0,11
Коефіцієнт маневреності	0,34	0,13	0,10	-0,21	-0,03
Показники фінансової стійкості					
Коефіцієнт автономії	0,39	0,54	0,73	0,16	0,18
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,61	0,46	0,27	-0,16	-0,18
Коефіцієнт фінансового ризику	1,58	0,84	0,38	-0,74	-0,47
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,34	0,13	0,10	-0,21	-0,03

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними оборотними коштами	0,18	0,13	0,20	-0,05	0,07
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами	0,32	1,36	3,97	1,04	2,62
Показники ділової активності					
Оборотність активів, оборотів	1,17	2,97	1,79	1,80	-1,18
Фондовіддача, грн./грн.	4,54	6,26	2,73	1,72	-3,53
Коефіцієнт оборотності обігових коштів	1,57	5,65	5,23	4,09	-0,42
Період одного обороту обігових коштів, днів	229,45	63,67	68,81	-165,79	5,15
Коефіцієнт оборотності запасів	2,48	52,53	100,81	50,05	48,27
Період одного обороту запасів, днів	145,15	6,85	3,57	-138,30	-3,28
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,48	6,92	6,21	0,44	-0,71
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	55,53	52,01	57,94	-3,52	5,93
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,92	7,51	15,23	5,59	7,72
Період погашення кредиторської заборгованості, днів	187,42	47,92	23,64	-139,50	-24,29
Період операційного циклу, днів	200,68	58,86	61,51	-141,81	2,65
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,01	5,47	2,47	2,47	-3,00
Показники рентабельності					
Рентабельність оборотних активів	6,81	22,12	-32,52	15,31	-54,64
Рентабельність власного капіталу	13,04	21,40	-15,34	8,36	-36,74
Рентабельність капіталу	5,06	11,62	-11,15	6,56	-22,77
Рентабельність продукції	4,92	4,39	-6,28	-0,53	-10,67
Рентабельність діяльності	4,34	3,91	-6,22	-0,43	-10,13

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Коефіцієнт швидкої ліквідності вказує, що 34% поточних зобов'язань компанії можна погасити з наявних оборотних активів без урахування запасів у 2018 р., а в 2020 р. - 114%. Відбувається поступове збільшення цього показника з 0,34 у 2018 р. до 1,26 - у 2020 р.. Значення показника вище нормативного значення, тобто більше 0,5.

Абсолютний коефіцієнт ліквідності у 2018-2019 роках значно нижчий за нормативне значення, що свідчить про неможливість покрити поточний борг за рахунок готівки. Оскільки в 2020 р. готівка різко зменшилася, цей показник становив 0,09 і нижче нормативного значення.

Коефіцієнт маневреності визначає відношення "вільного" оборотного капіталу до власного капіталу. [52] Коефіцієнт маневреності більше 0 - 0,34 у 2018 р. та 0,10 у 2020 р., тобто відсутність вільних оборотних коштів у ТОВ «Монтажспецконструкція».

На основі оцінки ліквідності можна зробити висновок, що на кінець 2020 р. платоспроможність підприємства є низькою, про що свідчать коефіцієнти ліквідності, менші нормативного значення, яке має тенденцію до зниження. У компанії бракує високодоступних активів для покриття поточних зобов'язань.

Частка власного капіталу в структурі пасивів ТОВ «Монтажспецконструкція» становить менше 50% за розрахунками коефіцієнта автономії. Коефіцієнт автономності на 2018-2020 роки становить 0,39, 0,54 та 0,73, з нормативним значенням більше 0,5.

Коефіцієнт концентрації боргового капіталу вказує на частку зобов'язань у валюті балансу, яка у 2018 році становила 61%, у 2019 році - 46%, у 2020 році - 27%. [51, с. 6]

Коефіцієнт фінансового ризику показує суму позикових коштів, які компанія залучила на 1 грн. Власного капіталу. [52] Отже, у 2018 році за 1 грн. власного капіталу компанія залучила 1,58 грн. позикові кошти, у 2019 р. - 0,84 грн., у 2020 р. - 0,38 грн. Зменшення цього коефіцієнта свідчить про зменшення фінансового ризику підприємства у 2019-2020 роках на 0,74 та 0,47 відповідно.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу вказує на частку власного капіталу, яка інвестується в оборотні активи, і характеризує зростання ступеня мобільності власного капіталу, а саме ту частину власного капіталу, яка знаходиться в обігу і забезпечує необхідну гнучкість у використанні коштів. [52] Коефіцієнт маневреності власного капіталу має тенденцію до зниження з 0,34 у 2018 році до 0,1 у 2020 році. Таким чином, у 2020 році існує дефіцит власного капіталу для фінансування необоротних активів.

Співвідношення оборотних активів до власних оборотних коштів характеризує частку оборотних активів, які формуються із власних фінансових

ресурсів. [53, с. 44] Співвідношення запасів до власних оборотних коштів також має тенденцію до зменшення з 0,18 у 2018 році до 0,13 у 2018 р.. Тобто у 2019 р. компанія відчуває дефіцит власних фінансових ресурсів.

На основі аналізу показників фінансової стійкості можна зазначити, що у 2020 р. всі показники мають негативну тенденцію до зниження та є меншими за норму, що свідчить про критичний фінансовий стан досліджуваного підприємства.

Аналізуючи дані ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 роки, можна зробити висновок, що збільшення оборотності активів у 2019 році порівняно з 2018 роком на 1,8 бала. Показник мав тенденцію до зменшення. Таким чином, компанія зменшила чистий прибуток на одиницю коштів, вкладених в активи, що має негативний вплив.

Позитивним є зменшення оборотності оборотних коштів у 2018-2019 роках на 165,79 днів. Строк погашення кредиторської заборгованості характеризує період перебування коштів ТОВ "Монтажспецконструкція" у стані кредиторської заборгованості, тобто період, протягом якого воно перераховує кошти за отримані позики. Показник повинен зменшуватися. У 2018-2020 роках термін оплати рахунків скорочується зі 187,42 днів у 2018 році до 23,64 днів у 2020 р.

Динаміка також свідчить про збільшення строку сплати дебіторської заборгованості з 55,53 днів у 2018 році до 57,97 днів у 2020 році. Зростання дебіторської заборгованості має негативний вплив, оскільки компанія отримала кошти на товари та послуги і не змогла використати ці кошти в ведення бізнесу.

Період експлуатаційного циклу зменшується з 200,68 днів у 2018 р до 61,51 днів у 2020 р.

Показники прибутковості були досить високими у 2018-2019 роках. Так, рентабельність оборотних активів у 2018 році становила 6,81%, рентабельність власного капіталу - 13,04%, рентабельність капіталу - 5,06%, рентабельність продукції та видів діяльності - 4, 92% та 4,34% відповідно. У 2020 році всі показники рентабельності мають негативні значення, що свідчить про збитковість підприємства.

2.2 Аналіз середовища господарювання ТОВ «Монтажспецконструкція»

ТОВ «Монтажспецконструкція» спеціалізується в збірно-монолітному каркасному та цегляному житловому та промисловому будівництві, які є провідними видами галузі будівництва в Україні, порівнюючи з іншими видами, такими як: великопанельне житлове будівництво, панельно-каркасне житлове будівництво та дерев'яне житлове будівництво.

ТОВ «Монтажспецконструкція» використовує новітні будівельні технології у своїй діяльності, зокрема, легкі сталеві тонкостінні конструкції. Легкі Сталеві Тонкостінні Конструкції (ЛСТК) - це особливий клас будівельних металевих конструкцій, що утворюється із сталевих, переважно холодноформованих профілів з товщиною до 4 мм включно, які широко використовуються в різних типах споруд. [54] Нові технології в будівництві дозволяють не тільки скоротити час на типові операції, але і значно зменшити їх вартість, яскравим прикладом чого є ЛТСК. Ця технологія на ринку ще не набула широко поширення, а тому технологічний фактор є суттєвим фактором, що формує конкурентну перевагу ТОВ «Монтажспецконструкція» на ринку.

У 2020 році українські підприємства виконали будівельних робіт на 101,1 млрд грн. Індекс будівельної продукції у 2020 році порівняно з 2019 роком становив 105,6%, у тому числі індекс будівельного будівництва - 93,7%, інженерних споруд - 115,6%.

Нове будівництво, реконструкція та технічне переоснащення становили 73,2% від обсягу будівельних робіт, капітальний та поточний ремонт - 17,1% та 9,7%.

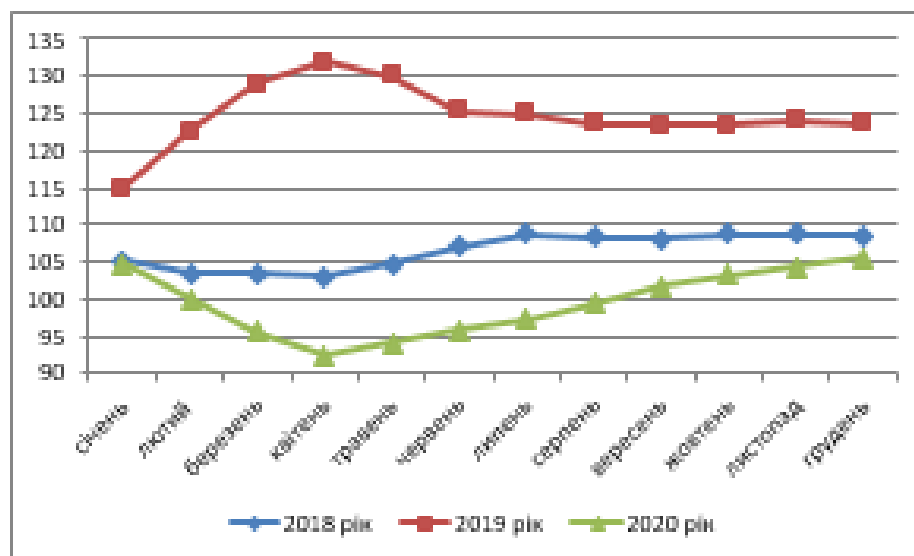


Рисунок 2.4 – Індекси будівельної продукції, у % до відповідного періоду попереднього року, нарастаючим підсумком

Побудовано автором на основі даних <http://www.ukrstat.gov.ua>

Площа введених в експлуатацію житлових об'єктів наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 - Прийняття в експлуатацію житлових будівель за видами

Роки	Усього	У тому числі у житлових будівлях		
		Одноквартирних тис.м ²	з двома та більше квартирами тис.м ²	Гуртожитках тис.м ²
2014	9741,3	4553,4	5161,1	26,8
2015	11044,4	5580,0	5435,2	29,2
2016	9366,8	4089,2	5249,6	28,0
2017	10206,0	4231,4	5934,9	39,7
2018 ³	8689,4	4247,7	4434,6	7,1

Джерело: побудовано автором на даних <http://www.ukrstat.gov.ua>

Для визначення конкурентоспроможності підприємства визначимо конкурентів досліджуваного підприємства.

Фірми-аутсайтери: ПАТ БК «Астра-Буд», ТОВ «Сумішбуд плюс»

Підприємства зі слабкою конкурентною позицією: ТОВ «Мет-С», ТОВ «БудКом», ТОВ «Монтажспецконструкція».

Підприємства з сильною конкурентною позицією: ТОВ «Украгробуд».

Лідери ринку: ТОВ «Украгробуд».

Здійснено експертне оцінювання для оцінки конкурентоспроможності ТОВ «Монтажспецконструкція», на основі чого було побудовано і карту груп конкурентів. Також переважання співпраці з сегментом середніх підприємств свідчить про те, що підприємство здійснює сегментацію та орієнтується саме на той сегмент, який є найперспективнішим для отримання прибутку.

Проведемо діагностику досліджуваного підприємства в табл. 2.7 з метою співставлення факторів порівняно з конкурентами.

Для побудови використано такі умовні позначення:

■ – ТОВ «Мет-С»

◆ – ТОВ «БудКом»

● – ТОВ «Монтажспецконструкція»

Таблиця 2.7 – Співставлення конкурентного профілю підприємства у порівнянні з конкурентами

№ з/п	Фактори	Вагові значення фактора (1–20)	Рейтинг конкурентів у порівнянні з ТОВ «Монтажспецконструкція»					
			-2	-1	0	1	2	3
1.	Якість	20				●	■◆	
2.	Асортимент	17				■	●	◆
3.	Частка ринку	15			●■			◆
4.	Позитивний імідж	18				■	●	◆
5.	Досвід роботи на ринку	15					◆●■	
6.	Наявність професійного персоналу	18			■	●		◆
7.	Підтримка клієнтів	17				●■		◆

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Отже, провівши співставлення профілю ТОВ «Монтажспецконструкція», можна сказати, що воно має ряд сильних сторін порівняно з ТОВ «Мет-С», але поступається деякими позиціями ТОВ «БудКом». Але в загальному, має досить стабільну позицію, з позитивними показниками.

В управлінні конкуренцією ключове місце займають конкурентні стратегії, це зумовлює важливість вивчення переліку та особливостей конкурентних стратегій.

Конкурентною стратегією, яку використовує ТОВ «Монтажспецконструкція», є стратегія фокусування. При цьому фокус зосереджується на окремих групах споживачів: середніх підприємствах.

Конкурентну карту за представленими даними наведемо на рис. 2.5.

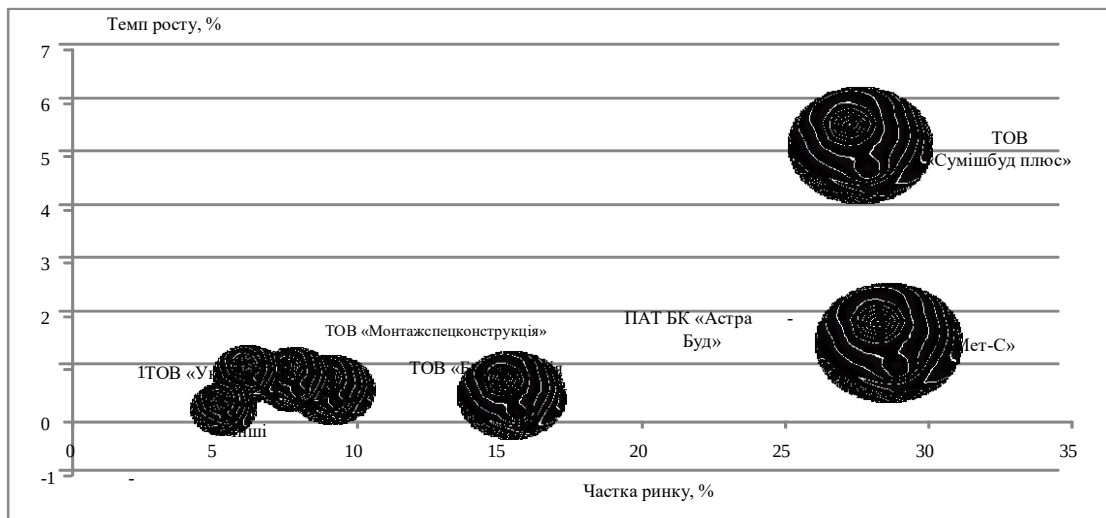


Рисунок 2.5 – Конкурентна карта ринку у 2020 р.

Побудовано автором на основі власних досліджень

Таким чином, як видно з рис. 2.5 ТОВ «Мет-С» є лідером на ринку із ринковою часткою 28,6%. Наступний конкурент – ТОВ «Сумішбуд плюс» має частку ринку 27,6%. Компанія ПАТ БК «Астра-Буд» характеризується часткою ринку 15,4%. Крім того, ТОВ «БудКом» та ТОВ «Монтажспецконструкція» займають відповідно 9,11% та 7,8% українського ринку будівельних послуг. висновок конкурентних позицій, слід зауважити, що найшвидше зростання у компанії ТОВ «Сумішбуд плюс» (5,2% у 2019 р.).

ТОВ «Монтажспецконструкція» належить до конкурентної групи, до якої входять, окрім нього: ТОВ «БудКом», ТОВ «Украгробуд» та інші забудовники. Слід зазначити, що у цій групі основним конкурентом ТОВ «Монтажспецконструкція» є підприємство ТОВ «БудКом», отже,

ТОВ «Монтажспецконструкція» має пильно стежити за діями конкурента.

У процесі оцінки стратегічного становища підприємства в конкурентному середовищі потрібно враховувати всі ключові фактори успіху і в ціновій політиці дивитися на конкурента, який повною мірою використовує його потенціал. Залежно від значення обраних показників для оцінки їм присвоюються бали від 1 до 4:

4 бали - якщо показники компанії найкращі з можливих;

3 бали - результати роботи компанії хороші;

2 бали - показники компанії задовільні;

1 бал - якщо результати діяльності компанії є найгіршими з можливих.

У більшості конкурентних позицій можна визначити 4 позиції: лідер, кандидат у лідери, послідовник та аутсайдер, тому при формуванні списку конкурентів доцільно обирати не більше чотирьох учасників. За загальною кількістю балів визначаються конкурентні позиції компанії за такими критеріями (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Результати оцінки конкурентних позицій підприємств в балах

Конкурентна позиція	ТОВ «ПромБуд»	ТОВ «Мет-С»	ТОВ «Монтажспец-конструкція»	ТОВ «БудКом»
За обсягами продажу	3	4	2	1
За темпами розвитку	2	3	4	1
За рентабельністю продажу	3	4	2	1
За рівнем витрат на збут	4	3	2	1
За фінансовою стабільністю	3	2	1	4
Загальна оцінка конкурентної позиції	15	16	11	8

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Конкурентні позиції графічно відображено на рис. 2.6. Така діаграма відображає, за якими показниками фірма відстає чи випереджає конкурентів і дозволяє виявити слабкі місця.

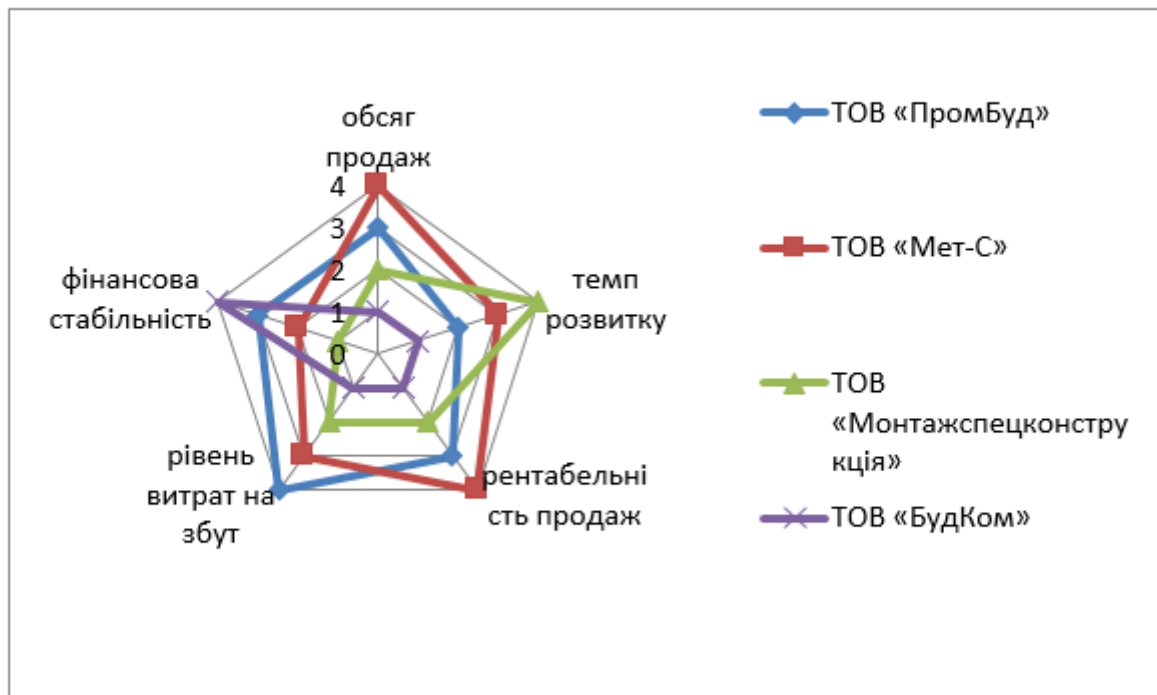


Рисунок 2.6 – Конкурентні позиції досліджуваних підприємств

Побудовано автором на основі власних досліджень

Компанія, що входить у трійку лідерів за часткою ринку, а саме ТОВ "БудКом". має слабкі позиції по рентабельності та зменшенню приросту доходів в умовах розвитку ринку.

Провівши оцінку управління конкурентоспроможністю підприємства в порівнянні з найближчими конкурентами визначивши недоліки в сфері маркетингу, а саме недосконалість стратегії та системи просування власних об'єктів, необхідно обрати можливі перспективні напрямки та шляхи вдосконалення управління цією сферою.

Проблемами у діяльності досліджуваного підприємства є відносно слабка конкурентна позиція, хоча а також є фірми, які поступаються досліджуваному підприємству. Це пояснюється тим фактом, що ТОВ «Монтажспецконструкція» належить до підприємств малого бізнесу, воно не може конкурувати з великими

підприємства, що займаються будівництвом об'єктів. ТОВ «Монтажспецконструкція» має недостатню фінансову незалежність та малий запас економічної безпеки в сучасних складних економічних умовах, проте через малі розміри дане підприємство є більш мобільним і йому легко пристосуватися до змін навколишнього середовища, що є його конкурентною перевагою.

Отже, можемо відмітити, що ефективність управління конкурентоспроможністю висока, про що свідчить збільшення прибутку підприємства. На основі результатів дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища ми зробимо матрицю SWOT-аналізу. У таблиці 2.8 наведено результати аналізу впливу факторів зовнішнього середовища.

Таблиця 2.9 – Аналіз зовнішнього середовища ТОВ «Монтажспецконструкція»

Показник	Потенційні ринкові можливості	Потенційні ринкові загрози
Споживачі	Зацікавленість продукцією (послугами)	Низька платоспроможність більшої частини населення. Високі кредитні банківські ставки для купівлі житла або будівництва. Нестабільність економічної ситуації в країні. Ставки за кредитами на нерухомість зросли на 5-8%, курс гривні до долара збільшився в 2 рази у 2019 – 2020 роках, що у два рази зменшило купівельну спроможність населення
Конкуренти	Потенціал конкурентів деяких будівельних організацій є вищим через наявність більших фінансових можливостей, проте ціна продукції (послуг) ТОВ «Монтажспецконструкція» є нижчою, а якість на вищому рівні.	Зростання конкуренції в галузі в результаті створення нових інноваційних методів будівництва та матеріалів. Недобросовісна конкуренція за рахунок зв'язків із місцевими органами влади
Технологія	Зростання потреби у використанні нових сучасних будівельних матеріалах, та архітектурних рішень. Рівень технологічного розвитку будівельної галузі майже не змінився, використання новітніх технологій зросло всього на 2% у 2020 році порівняно з 2019 роком	Зростання вимог до екологічної складової використання матеріалів. Випередження динаміки розвитку навколишнього середовища в наукових технологіях, порівняно з тими, що використовуються в ТОВ «Монтажспецконструкція»

Продовження таблиці 2.9

Партнери	Можливість співробітництва з будівельними організаціями в умовах взаємного співробітництва з приводу представлення фахівців з (електрики, водопостачання, водовідведення, малярно-штукатурних робіт). Можливість укладення договорів з виробниками будівельних матеріалів. Виробництво будівельних матеріалів скорочується у 2020 році в середньому на 12-15%	Невиконання обов'язків постачальниками та фірмами – підрядниками. Послаблення ринкових позицій партнерів
Ринок праці	Зростання на ринку праці кількості молодих спеціалістів з фаховою будівельною освітою. У 2020 році зростання складало 14%, порівняно з 2019 роком	Незацікавленість безробітними на вакантні місця в підприємстві в силу важкої праці та недостатнього рівня заробітної плати
Фінанси	Залучення довгострокових кредитів та приватних інвесторів. Кількість кредитів у будівельному секторі в 2020 році зросла на 15%	Згідно стану на кредитному банківському ринку можуть встановлюватися ставки вище попередніх. Зменшення терміну кредитування

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

На основі отриманих даних побудуємо матрицю SWOT, заповнивши чотири поля стратегічних дій, табл. 2.10.

Матриця стратегічних дій ТОВ «Монтажспецконструкція» дає змогу серед пропонованих варіантів дій обрати найбільш оптимальні, оцінивши при цьому важливість факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Отже, для реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності послуг підприємства критично необхідно розвинути такі конкурентні переваги:

- використання новітніх будівельних матеріалів;
- застосування інноваційних технологій;
- налагодження партнерських відносин із вітчизняними виробниками будівельних матеріалів;
- зниження цін на проекти будівництва;

Таблиця 2.10 – Матриця стратегічних дій ТОВ «Монтажспецконструкція»

Зовнішнє середовище			
Внутрішнє середовище		Можливості Зростання на ринку праці кількості молодих спеціалістів з фаховою будівельною освітою. Зростання потреби у використанні нових сучасних будівельних матеріалах, та архітектурних рішень.	Загрози Низька платоспроможність більшої частини населення. Високі кредитні банківські ставки для купівлі житла або будівництва. Нестабільність економічної ситуації в країні. Зростання конкуренції в галузі в результаті створення нових інноваційних методів будівництва та матеріалів. Недобросовісна конкуренція за рахунок зв'язків із місцевими органами влади. Часті зміни у законодавстві, особливо у податковому. Зростання вимог до екологічної складової використання матеріалів. Випередження динаміки розвитку технологій, порівняно з тими, що використовуються в ТОВ «Монтажспецконструкція». Згідно стану на кредитному банківському ринку можуть встановлюватися ставки вище попередніх. Зменшення терміну кредитування
	Сильні сторони Наявність сучасного будівельного обладнання та механізмів. Повний комплекс будівельних послуг. Тенденції до зростання доходу та чистого прибутку. Кваліфікований персонал з великим досвідом роботи у сфері будівництва. Висока якість завершених будівельних проектів. Прийнятні ціни.	СІМ - співробітництво з будівельними організаціями в умовах взаємного співробітництва з приводу представлення фахівців з (електрики, водопостачання, водовідведення, малярно-штукатурних робіт). - укладення договорів з виробниками будівельних матеріалів. - виконання робіт, надання послуг за нижчою ціною; - розширення асортименту надання будівельних послуг; - розробка власного системного продажу цільовим споживачам із залученням ЗМІ (з демонстрацією ефективності інноваційних технологій); - залучення фінансових партнерів до процесу будівництва (як резидентів так і іноземних).	СІЗ - впровадження системи управління, обліку і зниження витрат за стандартами; - здійснення постійного контролю за діяльністю інших учасників ринку житлового будівництва; - вибір нових партнерів після ретельного вивчення їх фінансового та виробничого потенціалу.

Продовження табл. 2.10

	Слабкі сторони	СлМ	СлЗ
	Неефективний процес організації взаємодії всіх працівників, що працюють над виконанням одного будівельного проекту. Низька частка власного капіталу та висока концентрація позикових коштів. Вихід ряду кваліфікованих співробітників на пенсію. Незадовільна система стимулювання праці.	- збільшення ринкової присутності підприємства за рахунок виходу на нові сегменти; - розробка стратегії постійної мотивації ІТР підприємства;	- плідна та системна робота з фінансовими установами та потенційними стратегічними інвесторами; - поступове налагодження зворотного зв'язку між підприємством та його контрагентами (в тому числі з державними установами);
	Низька купівельна спроможність населення. Не стабільні доходи. Неосвіченість та недовіра великої частини населення щодо використанні сучасних будівельних матеріалів. Недосконала система пошуку нових клієнтів.	- активізація маркетингової діяльності, прийняття досвіду реалізації успішних маркетингових стратегій підприємств лідерів у будівельній галузі.	- залучення новітнього обладнання і встановлення партнерських відносин з його виробниками.

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

ТОВ «Монтажспецконструкція» поставляє свою продукцію на ринки країн ЄС, Молдови, Білорусії. Розглянемо її конкурентні позиції на зовнішніх ринках збуту. Основними конкурентами на зовнішньому ринку є:

- на ринку Молдови: Ares UT SA, Quarc та Молдавський металургійний завод;
- на ринку Білорусії: НаноСплав, Спецліт та Центроліт.

Продукція ТОВ «Монтажспецконструкція» на міжнародних ринках користується попитом та продукція має великий експортний потенціал.

Наведемо порівняння із основними конкурентами як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Порівняння проведемо на основі обсягів збуту прямих підприємств-конкурентів.

Таблиця 2.11 – Основні конкуренти ТОВ «Монтажспецконструкція»

Країна	Підприємство	Обсяги збуту, тис. грн.
Білорусь	НаноСплав	34500
	Спецліт	33000
	Центроліт	32000
Молдова	<u>Ares UT SA</u>	35000
	<u>Quarc</u>	33200
Україна	ТОВ «ПромБуд»	45000
	ТОВ «БудКом»	33500

ТОВ «Монтажспецконструкція» випереджає своїх іноземних конкурентів із виробничими потужностями в 35000 тис. грн., а на українському ринку найбільш конкурентоспроможним є ТОВ «ПромБуд» показники якого є вищими. Визначимо основні фактори конкурентоспроможності – ціни на продукцію, якість, умови поставок, надійність та репутація підприємства на будівельному ринку.

Таблиця 2.12 – Основні фактори конкурентоспроможності підприємства – суб'єкта ЗЕД

Показник	ТОВ «Монтажспецконструкція»	Конкуренти	
		Внутрішній ринок	Зовнішній ринок
Віддаленість від об'єкта	+	+	-
Умови поставок	+	+	+
Якість продукції	+	+	+
Рівень цін	нижчі середнього рівня	середні	вищі
Асортимент продукції	+	-	+
Надійність підприємства	+	+	+
Репутація		Середня	Висока, постійні покупці

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Отже, основним недоліком в роботі підприємства на зовнішніх ринках є віддаленість від основних покупців та можливі збої в поставках через запровадження карантинних заходів. На внутрішньому ринку підприємство здійснює переважно одноразові поставки продукції.

Таблиця 2.13 – Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Монтажспецконструкція»

Показник	Ваговий коефіцієнт	ТОВ «Монтажспец-конструкція»	Внутрішній ринок		Зовнішній ринок	
			ТОВ «ПромБуд»	ТОВ «БудКом»	Нано Сплав	Quarc
Віддаленість від об'єкта	0,2	3	5	3	4	4
Якість продукції	0,25	5	5	4	3	5
Рівень цін	0,2	4	4	5	4	4
Асортимент продукції	0,05	5	4	3	5	4
Надійність підприємства	0,15	5	4	4	4	4
Умови поставок	0,15	4	4	3	4	4
Індекс конкурентоспроможності		4,25	4,45	3,8	3,8	4,25

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Отже, на основі проведених досліджень можна зазначити, що ТОВ «Монтажспецконструкція» переважає своїх прямих конкурентів на зовнішньому ринку, як Молдови, так і Білорусії, що свідчить про перспективність розвитку експортного потенціалу підприємства та закріплення конкурентних позицій на даних ринках.

2.3 Оцінка ефективності експортної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція»

Розглянемо динаміку експорту продукції підприємства за 2016-2020 рр. у табл.2.14.

За даними табл. 2.14 можна зробити висновок, що ТОВ «Монтажспецконструкція» збільшує обсяги поставок продукту на зовнішні ринки із 968,02 тис. грн. у 2016 р. до 1393,75 тис. грн. у 2019 р.. Але у 2020 році загальний обсяг експортних операцій підприємства скорочується до 930,82 тис. грн., через

вплив пандемії на будівельну галузь в цілому та через проблеми з поставкою конструкцій до об'єктів. Зростання за минулі 4 роки становило 43,98%, тобто експорт продукції зріс майже на 50%. Найвищий темп зростання обсягів реалізації продукції спостерігався у 2019 році –43,98%.

Таблиця 2.14 – Аналіз динаміки загального обсягу експортних операцій
ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2016-2020 рр.

Рік	Загальний обсяг експортних операцій, тис. грн.	Абсолютний приріст		Темп зростання, %		Темп приросту, %	
		базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий
2016	968,02	—	—	—	—	—	—
2017	1084,96	116,94	116,94	112,08	112,08	12,08	12,08
2018	1122,32	154,30	37,37	115,94	103,44	15,94	3,44
2019	1393,75	425,73	271,43	143,98	124,18	43,98	24,18
2020	930,82	37,2	-462,93	100,96	100,66	0,96	0,66

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Найнижчим темп приросту продукції був у 2018 році – лише 3,44%, або 37,37 тис. грн. порівняно із 2017 роком. В цілому зростання обсягів експорту продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» Це можна пояснити покращенням якості продукції та, відповідно, її конкурентоспроможності на зовнішніх ринках, що призвело до збільшення обсягу продажів на зовнішніх ринках. Внутрішній ринок насичений, тому до 2020 р. велика увага приділялася діяльності компанії на зовнішніх ринках та залученню нових споживачів на зовнішні ринки. В даний час актуальною є проблема повернення показників обсягу експортної діяльності до показників 2019 р.

ТОВ «Монтажспецконструкція» експортну діяльність здійснює з такими видами продукції як металоконструкції, арматура, круг сталевий.

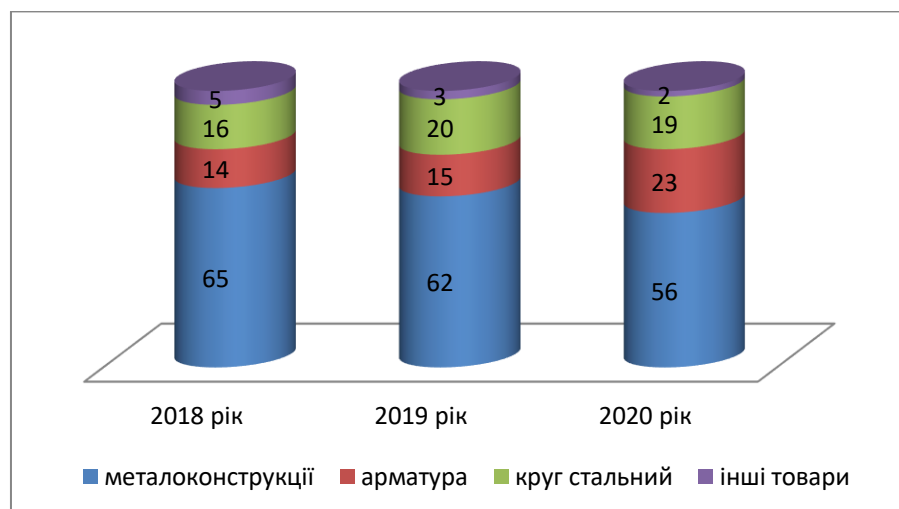


Рисунок 2.7 – Структура експорту ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 рік, %

Побудовано автором на основі даних ТОВ «Монтажспецконструкція»

Отже, найбільший обсяг експорту припадає на експорт металоконструкцій частка яких зменшується з 65% у 2018 р. до 56% у 2020 р., що можна пояснити зростанням ринку та зниженням ціни українських підприємств порівняно із зовнішніми конкурентами.

Динаміку експорту продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» у розрізі країн наведено в табл. 2.15. Із географічної структури експорту продукції можна зробити висновок, що найбільші обсяги експорту в країни Західної Європи – у 2020 році на суму 772,13 тис. грн., а найменші в Молдову – у 2020 році на суму 108,13 тис. грн. Можна відмітити, що у вартісному виразі обсяги експорту зростають по всіх країнах. В цілому зростання становило – 537,07 тис. грн.

Зокрема по країнах: в країни Західної Європи – 196,79 тис. грн.; Білорусь – 75,25 тис. грн.; Польщу – 143,29 тис. грн.; Молдову – 33,42 тис. грн.; інші країни – 88,32 тис. грн.

Таблиця 2.15 – Динаміка експорту продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» в розрізі країн за 2016-2020 роки, тис. грн.

Групи країн	Роки					Абсолютне відхилення			
	2016	2017	2018	2019	2020	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Країни Західної Європи	397,95	462,52	477,10	575,34	335,74	64,57	14,58	98,24	-246,78
Білорусь	117,23	111,75	107,41	123,63	121,85	-5,48	-4,34	16,22	1,78
Польща	245,01	266,14	262,74	350,81	241,98	21,13	-3,41	88,07	-108,83
Молдова	51,98	57,29	76,54	74,71	56,52	5,30	19,26	-1,84	-18,19
Інші країни	155,85	187,26	198,54	269,27	167,54	31,41	11,27	70,73	-101,73
Разом	968,02	1084,96	1122,32	1393,75	930,82	116,94	37,36	271,43	-462,93

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Найбільші обсяги поставок продукції до країн Західної Європи.

Наступним етапом дослідження буде визначення географічної структури експорту продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2016-2020 роки в табл. 2.16.

Таблиця 2.16 – Структура експорту продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» в розрізі країн за 2016-2020 роки, %

Країни	Питома вага, %					Абсолютне відхилення			
	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Країни Західної Європи	41,11	42,63	42,51	41,28	36,01	1,52	-0,12	-1,23	-5,27
Білорусь	12,11	10,3	9,57	8,87	13,01	-1,81	-0,73	-0,7	4,14
Польща	25,31	24,53	23,41	25,17	26,01	-0,78	-1,12	1,76	0,84
Молдова	5,37	5,28	6,82	5,36	6,07	-0,09	1,54	-1,46	0,71
Інші країни	16,1	17,26	17,69	19,32	18,01	1,16	0,43	1,63	-1,31
Разом	100	100	100	100	100	0	0	0	0

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

З табл. 2.16 видно, що обсяг експорту зменшився у 2020 р. порівняно з 2019 р. у цілому, але у відсотковому значенні збільшився по де-яким групам країн.

Одночасно відбулися зміни і в структурі експорту у 2020 році порівняно з 2019 роком.

У структурі експорту в 2020 р. частку поставок продукції займають поставки в країни Західної Європи, де бренд найбільш відомий серед споживачів. Так, частка експорту до Західної Європи становила 36,01%, відбулося незначне зменшення частки на 5,27% порівняно з 2019 р. Таким чином, у 2020 р. Відбулося скорочення частки експорту на 1,31% до інших країн. Частка експорту до Білорусі, Польщі та Молдови незначно зростає.

На обсяг продажів за експортними контрактами впливають різні фактори. Використовуючи дані таблиці. 2.16, ми проведемо факторний аналіз продажів за експортними контрактами.

Таблиця 2.17 - Вихідні дані для факторного аналізу продажів за експортними контрактами

№ з/п	Показник	Одиниця виміру	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Абсолютне відхилення	
						2019/2018	2020/2019
1	Обсяг продукції, реалізованої за експортними контрактами	тис. грн.	1122,32	1393,75	930,82	271,43	-462,93
2	Загальна кількість експортних контрактів	шт.	19	14	11	-5	-3
3	Кількість контрагентів	од.	7	7	6	0	1
4	Середня сума одного експортного контракту в періоді	грн.	59,07	99,55	84,62	40,48	-14,93
5	Середня кількість експортних контрактів на одного контрагента	шт. / од.	2,71	2	1,83	-0,71	-0,17

Джерело: розраховано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Розрахунок впливу факторів здійснюється у такій послідовності:

1. Розраховується збільшення середньої суми одного експортного контракту
2. Розраховується зміна кількості експортних контрактів на 1 покупця (оцінка активності покупця)
3. Розраховується зміна кількості покупців в цілому за період.

4. Розраховуємо загальний вплив зазначених 3 факторів на обсяг реалізації експортної продукції

$$1) \text{ТП}_{\text{імп1}} = 99,55 * 2 \times 7 = 1393,75 \text{ (тис. грн.)};$$

$$\Delta \text{ТП}_{\text{імп1}} = 1393,75 - 1122,32 = 271,43 \text{ (тис. грн.)};$$

$$2) \text{ТП}_{\text{імп2}} = 99,55 * 1,83 * 6 = 1093,059 \text{ (тис. грн.)};$$

$$\Delta \text{ТП}_{\text{імп2}} = 1093,059 - 930,82 = -300,7 \text{ (тис. грн.)};$$

$$3) \Delta \text{ТП}_{\text{імп3}} = 1351,57 - 1393,75 = -42,18 \text{ (тис. грн.)}.$$

$$4) \Delta \text{ТП}_{\text{імп}} = \Delta \text{ТП}_{\text{імп1}} + \Delta \text{ТП}_{\text{імп2}} + \Delta \text{ТП}_{\text{імп3}} =$$

$$271,43 - 300,7 - 42,18 = -71,45 \text{ (тис. грн.)}.$$

Отже, збільшення середньої суми одного експортного контракту на 40,48 тис. грн. сприяло збільшенню обсягів реалізованої експортної продукції на 271,43 тис. грн.; зменшення середньої кількості експортних контрактів на 0,4 шт. призвело до зменшення обсягів експорту на 300,7 тис. грн.; зменшення загальної кількості користувачів призводить до збільшення обсягу реалізованої експортної продукції на 132,97 тис. грн., що спричинило зменшення обсягів реалізованої експортної продукції у звітному періоді на 71,45 тис. грн. порівняно із значенням цього показника у 2019 році.

На основі аналізу діяльності підприємства на зовнішніх ринках ми бачимо тенденцію до збільшення експорту в 2016-2029 рр. за рахунок покращення якості продукції та збільшення лояльності іноземних споживачів до бренду, і слід зазначити різке зниження експорту у 2020 році.

ТОВ «Монтажспецконструкція» здійснює імпорт наступних видів продукції та товарів: машини та устаткування; системи інженерії; кабелі; електрика; інша продукція.

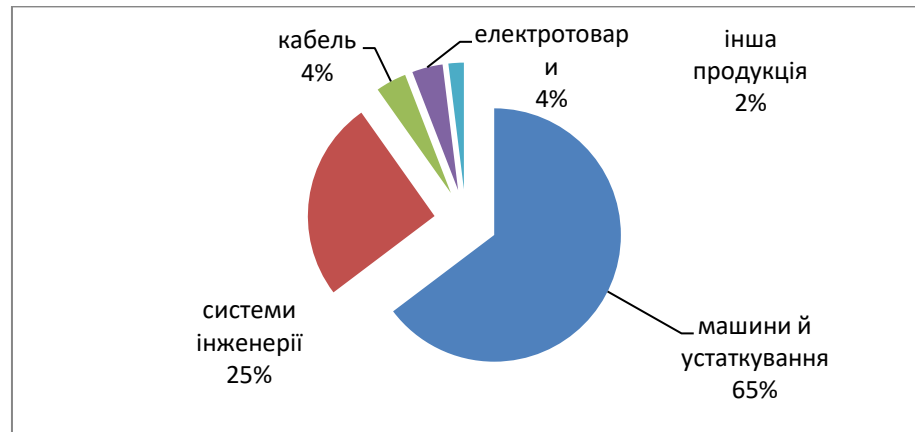


Рисунок 2.8 – Структура імпорту ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2020 рік, %

Побудовано автором на основі даних ТОВ «Монтажспецконструкція»

Отже, в структурі імпорту найбільшу частку – 66% становлять машини та устаткування, 26% – системи інженерії, 4% – кабелі та електротовари, 2% – інша продукція.

Географія імпорту має наступну структуру (рис. 2.9).

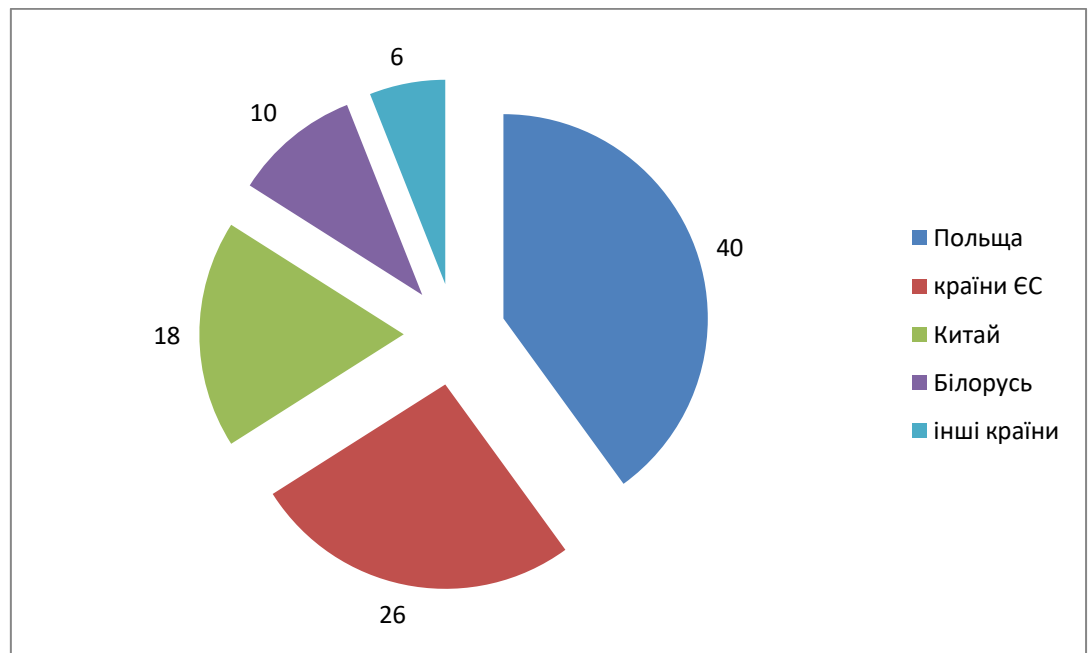


Рисунок 2.9 – Географія імпорту продукції та товарів ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2020 рік, %

Побудовано автором на основі даних ТОВ «Монтажспецконструкція»

Слідуючим етапом дослідження буде визначення ефективності зовнішньої торгівлі підприємства. Ми розраховуємо похідні показники для аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» за поточний та попередні роки (табл. 2.18).

Таблиця 2.18 – Динаміка показників ЗЕД ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 рр., тис. грн.

Показник	Роки			Відхилення 2020/2019	
	2018	2019	2020	абс.	%
Дохід від експорту	1122,32	1393,75	930,82	-462,93	-33,23
Дохід від імпорту	752,11	652,32	622,43	-29,89	-4,58
Витрати на експорт	896,3	1011	798,22	-212,78	-21,06
Витрати на імпорт	502,36	463	487,3	24,30	5,25
Прибуток від експорту	226,02	382,75	132,6	-250,15	-6,54
Прибуток від імпорту	249,75	189,32	135,13	-54,19	-28,62
Дохід від експортно-імпорних операцій	1874,43	2046,07	1 553,25	-492,82	-24,08
Експортно-імпорні витрати	1398,66	1474	1 285,52	-188,48	-12,82
Прибуток від експортно-імпорних операцій	475,77	572,07	267,73	-304,34	-53,2
Виробнича собівартість	1126,4	1161,8	956,9	-204,9	-17,64
Позавиробничі витрати	113,0	116,6	92,4	-24,2	-20,86
Накладні витрати	74,3	81,8	67,2	-14,6	-18,05
Мито і митні збори	5,8	6,5	5,7	1,13	17,32
Транспортні витрати за базисом постачання	2,6	2,4	1,9	-0,5	-25,00
Вантажно-розвантажувальні витрати	10,2	11,6	8,5	-3,1	-31,2
Складські витрати	13,7	14,4	11,1	-1,5	-10,4
Експедиторські витрати	26,6	26,7	25,2	-1,5	-5,7
Страхові витрати	11,4	15,2	13,1	-2,1	-14,0
Інші витрати	14,7	13,2	13,5	0,3	2,27

*Джерело: побудовано автором на основі даних
ТОВ «Монтажспецконструкція»*

Основною метою діяльності компанії на ринку є максимізація прибутку. Тому ми вивчимо ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі порівняння доходів та витрат на зовнішньоекономічну діяльність, прибутку від здійснення зовнішньоекономічної діяльності та її прибутковості в табл. 2.19.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності визначається як відношення доходу від зовнішньоекономічної діяльності до експортно-імпортних витрат:

у 2019 році:

$$E_{\text{зед}} = \frac{2046,07}{1474} = 1,39$$

у 2020 році:

$$E_{\text{зед}} = \frac{1\,553,25}{1\,285,52} = 1,2$$

Рентабельність зовнішньоекономічної діяльності визначимо як відношення прибутку до витрат:

у 2019 році:

$$E_{\text{зед}} = \frac{572,07}{2046,07} * 100\% = 27,96\%$$

у 2020 році:

$$E_{\text{зед}} = \frac{267,73}{1\,553,25} * 100\% = 17,23\%$$

Таблиця 2.20 – Динаміка показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 рр.

Показник	Роки			Відхилення	
	2018	2019	2020	абсолютне	%
Ефективність експортних операцій	1,25	1,38	1,21	-0,17	-13,07
Ефективність імпортних операцій	1,50	1,41	1,28	-0,13	-9,34
Рентабельність експорту, %	20,14	27,46	16,2	-11,26	-41,7
Рентабельність імпорту, %	33,21	29,02	21,71	-7,31	-25,20
Ефективність ЗЕД	1,34	1,39	1,2	-0,19	-13,66
Рентабельність ЗЕД, %	25,38	27,96	17,23	-10,73	-39,74

Джерело: побудовано автором на основі даних

ТОВ «Монтажспецконструкція»

Як видно з табл. 2.20, показник ефективності ЗЕД спадає із 1,34 у 2018 році до 1,2% у 2020 році, відповідно рентабельність ЗЕД зменшується із 25,38% до

17,23%. Як бачимо, що кожна 1 грн. отримана від експортно-імпортних операцій приносить 25,38 коп. чистого прибутку у 2018 році, а в 2020 році – 17,23 коп. Показники ефективності ЗЕД у 2018-2019 роках є досить високими, що свідчить про прибутковість даного виду діяльності. В порівнянні із 2019 роком ефективність ЗЕД зменшилася із 1,39 у 2019 році до 1,2 у 2020 році. При цьому спостерігається спадання ефективності експорту із 1,25 у 2018 році до 1,21 у 2020 році, при цьому й ефективність імпорту зменшується. Тобто в перспективі підприємство має розвивати експортну діяльність, яка є більш прибутковою та рентабельною якщо дивитись на показники 2018-2019 років.

Таким чином, ефективність експорту ТОВ «Монтажспецконструкція» перед пандемією вища ефективності імпорту, що свідчить про необхідність приділяти значну увагу експортним операціям підприємства.

Висновки до розділу 2

Об'єктом дипломної роботи вибрано ТОВ «Монтажспецконструкція».

На основі оцінки ліквідності можна зробити висновок, що на кінець 2020 р. платоспроможність підприємства є низькою, про що свідчать коефіцієнти ліквідності, менші нормативного значення, яке має тенденцію до зниження. У компанії не вистачає високо проданих активів для покриття поточних зобов'язань.

Аналіз показників фінансової стійкості показав, що у 2020 р. всі показники мають негативну тенденцію до зниження та мають значення менше норми, що свідчить про критичний фінансовий стан компанії.

Аналіз рентабельності показує, що у 2020 р. діяльність підприємства була збитковою, підприємство отримало чисті збитки, що спричинило від'ємні значення показників рентабельності.

Позитивним є зростання ефективності ЗЕД із 1,34 у 2018 році до 1,39% у 2019 році, відповідно рентабельність ЗЕД зростає із 25,38% до 27,96% у ці роки. Але в 2020 показники значно зменшуються та становлять: ефективність ЗЕД 1,2, а рентабельність ЗЕД складає 17,23%. Як бачимо, що 1 грн. отримана від експортно-імпортних операцій приносить 25,38 коп. чистого прибутку у 2018 році, а в 2020 р. – 17,23 коп. Показники ефективності ЗЕД є досить високими, що свідчить про прибутковість даного виду діяльності, але з впливом COVID-19 показники значно зменшилися. В порівнянні із 2019 роком ефективність ЗЕД зменшилася із 1,39 у 2019 році до 1,2 у 2020 році. При цьому спостерігається таке спадання ефективності експорту із 1,25 у 2018 році до 1,21 у 2020 році, при цьому ефективність імпорту зменшується. Тобто в перспективі підприємство має розвивати експортну діяльність, яка є більш прибутковою та рентабельною за 2018-2019 роки.

Тому в наступному розділі роботи розглянемо пропозиції щодо вдосконалення експортної діяльності досліджуваного підприємства та укріплення його ринкових позицій на зовнішніх ринках.

3 РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МОНТАЖСПЕЦКОНСТРУКЦІЯ»

3.1 Розробка проекту підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Розглянемо особливості проектного рішення для компанії в рамках обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "Монтажспецконструкція". Проектне рішення полягає у розширенні ринків збуту, включаючи розширення мережі офісів у Молдові, Казахстані та Білорусі, а отже вдосконалення стратегії зовнішньої торгівлі. Його конкурентоспроможність. Існуюча стратегія підприємства на цьому етапі полягає в безпосередньому продажі продукції через власний відділ збуту. Наявність довготривалих відносин із клієнтами компанії, обмежені можливості виходу на ринок нових конкурентів дозволили компанії довгий час економити гроші на рекламну та маркетингову діяльність, дозволили усунути необхідність організації офісів в Молдові, Казахстані і Білорусь. Більше того, основна увага у створеному представництві буде приділятися продажу продукції, за допомогою якої виграти ринок набагато легше, ніж за допомогою існуючого асортименту. Планується знизити собівартість продукції за рахунок зменшення собівартості реалізації на одиницю продукції, в тому числі для тієї, на якій цінові пропозиції на ринках цих країн були виправдані. Ця стратегія є досить ефективною в умовах обмеженої конкуренції та відсутності "агресивних" стратегій з боку конкурентів.

Варто зазначити, що в той час як інші компанії збільшили свою частку на ринку за останні роки на 11% і наразі охоплюють майже п'яту частину всього ринку в Білорусії, досліджувана компанія втратила близько 7% своєї частки на білоруському ринку за останні три роки.

На ринках Молдови та Казахстану ТОВ "Монтажспецконструкція" збільшила свою частку на ринку, тому актуальним завданням компанії в найближчі

роки є відновлення своєї частки ринку в Білорусі шляхом відкриття нових офісів. З метою відновлення частки ринку або, принаймні, запобігання її подальшому зменшенню або повного витіснення з білоруського ринку завданням компанії є побудова збутової політики та розробка нової стратегії.

Можна запропонувати наступні альтернативи підприємства, що виходить на ринок Білорусі з метою реалізації запланованих цілей в нових економічних умовах.

1. Прямі продажі через власний торговий офіс (представництво) в країні. Власна філія вимагає витрат на її створення, але дозволяє компанії скористатися безпосередньою присутністю на ринку та контролювати реалізацію маркетингових програм, продавати та розповсюджувати продукцію, виконувати функцію демонстраційного та сервісного центру і на цій основі збільшувати продажі. Більш високі витрати на реалізацію продукції збільшують її собівартість, що в умовах нестабільного платоспроможного попиту є негативним моментом, що є небажаним у міжнародній діяльності.

2. Непрямий продаж через залучення посередників, які вже існують на ринку, і яким буде простіше орієнтуватися у специфіці місцевого ринку. При такому варіанті виходу через посередників частина прибутку залишатиметься у розпорядженні іншої сторони. Але таким чином підприємство може досягти зростання продажів більш швидкими темпами, ніж шляхом створення власного представництва на ринку країни. У той же час іноземні представники також будуть зацікавлені у збільшенні продажів, оскільки незалежно від прибутку вони отримають 5% від загальної виручки.

Ми розраховуємо ефективність виходу "Монтажспецконструкції" на білоруський ринок відповідно до запропонованих альтернатив, тобто шляхом прямих продажів та співпраці з посередниками в країні продажу на умовах EXW INCOTERMS 2010.

Таблиця 3.1 - Зобов'язання обох сторін при виконанні договору на умовах EXW INCOTERMS 2010

Продавець	Покупець
Загальні правила	
Надати покупцеві: Товар в необхідному обсязі; Рахунок або інший документ на відповідність товару умовам договору.	Оплатити вартість товару, узгоджену договором купівлі-продажу.
Безпека і ліцензії	
За рахунок і на вимогу покупця сприяти в отриманні ліцензії на експорт або імпорт, інших документів, що підтверджують безпеку товару. Нет зобов'язань по оформленню договорів зі страхування та перевезення.	Отримати на свою вимогу і за свій рахунок експортну / імпортну ліцензію та інші документи. Чи не є обов'язковим оформлення договорів зі страхування та перевезення.
Поставка і передача товару	
Передати у власність покупця товар в певному, обумовленому обома сторонами месте. Берёт на себе витрати по перевірці на відповідність якості, вагою, розміром, маркування та упаковку. Без завантаження до транспортного засобу.	Прийняти товар, відповідний договору.
Ризики	
До моменту поставки.	З моменту передачі товару в право власності.
Транспортні витрати	
До місця передачі товару.	Транспортування зі складу продавця

Джерело: побудовано автором на основі Incoterms 2010 [50]

Для оцінки ефективності запропонованих напрямків для вдосконалення організації роботи ТОВ «Монтажспецконструкція» планує показники діяльності на 2021 рік. Для планування розміру експлуатаційних витрат на запланований 2021 рік використовуйте дані, представлені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 - План обсягів і частки операційних витрат ТОВ "Монтажспецконструкція" в чистому доході від реалізації продукції при організації збуту через створення спільного підприємства на 2021 рік

№	Показники	Планове значення
1	Чистий доход від реалізації продукції, тис. грн.	1240
2	Собівартість реалізованих товарів, тис. грн.	876
3	Питома вага собівартості у чистому доході, %	70,6
4	Адміністративні витрати, тис. грн.	32,3

Продовження таблиці 3.2

5	Питома вага адміністративних витрат у чистому доході від реалізації продукції, %	2,6
6	Витрати на збут, тис. грн.	84
7	Питома вага витрат на збут у чистому доході від реалізації продукції, %	6,7
8	Інші операційні витрати, тис. грн.	55
9	Питома вага інших операційних витрат у чистому доході від реалізації продукції, %	0,4
10	Всього витрат	9978

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Запланована сума чистого прибутку від реалізації шляхом створення спільного підприємства ТОВ "Монтажспецконструкція" на 2021 рік буде розрахована на основі попереднього аналізу з урахуванням заходів щодо підвищення ефективності роботи та мінус 5%, які залишаються у розпорядженні іноземних представників. Водночас запланований обсяг чистого прибутку від реалізації через власне представництво повинен бути зменшений на величину витрат, пов'язаних з його створенням.

Отже, беручи до уваги отримані цільові значення частки операційних витрат компанії в чистому доході від реалізації через створення спільного підприємства в Білорусі, ми розраховуємо операційні витрати компанії за організації продажу через власне представництво (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – План обсягів операційних витрат при організації збуту продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» через власне представництво в Білорусії на 2021 рік, тис. грн.

№ з/п	Показники	Плановий обсяг витрат
1.	Собівартість реалізованої продукції	8760
2	Витрати на створення представництва для реалізації продукції	2287
3	Адміністративні витрати представництва	404
4	Витрати на збут представництва	1978
5.	Інші операційні витрати представництва	197
6.	Всього	13628

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Можна порахувати прибуток від реалізації продукції компанії від основної діяльності на основі розрахунків вище. Як видно з цієї таблиці, враховуючи розмір філії та обсяги продажів, організація продажів через власну філію в Білорусі вимагає значних витрат. Але ці витрати одноразові і в перший рік проекту зменшать прибуток компанії лише на організації філії, тобто витрати на реєстрацію, отримання ліцензій та дозволів. Але в той же час витрати на оренду, адміністративні витрати залишатимуться постійними, витрати на збут можуть зростати, вартість оренди може зростати, тому ми припускаємо, що сума витрат на організацію продажів через власний відділ продажів буде однаковою за розрахунковий період.

Можна передбачити, що за таких обставин продаж продукції через власний відділ збуту може стати збитковим для компанії, оскільки вимагає додаткових витрат. По-друге, створення власного відділення потребуватиме змін в організаційній структурі, зростаючої ролі впливів вищого керівництва, тобто вимагатиме від керівництва Кривого Рогу контролювати діяльність представництва в Білорусі.

Беручи до уваги планове планування витрат на організацію реалізації продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» доцільно сформулювати стратегію реалізації продукції через посередників у Білорусі. Таким чином, можна буде уникнути витрат на створення власного представництва та передати деякі ризики, пов'язані з продажем товарів, на інших учасників процесу.

Наведемо дані щодо зменшення собівартості продукції підприємства за рахунок раціоналізації ЗЕД (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Прогнозні значення собівартості продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» внаслідок розширення мережі представництв на ринках Молдови, Казахстані та Білорусії, тис.грн / т

Стаття собівартості / Продукція	Арматура	Круг сталевий	Металоконструкції
Собівартість на внутрішньому ринку України			
Виробнича собівартість	82,98	55,32	9,13
Повна собівартість	87,77	62,79	11,20
В т. ч. витрати на збут	1,60	1,70	0,24
Повна собівартість на ринку Молдови			
Реалізація за існуючими схемами	113,30	96,39	14,12
Реалізація через посередників	109,79	91,29	13,03
Повна собівартість на ринку Казахстані			
Реалізація за існуючими схемами	114,90	98,76	14,97
Реалізація через посередників	110,91	92,65	13,63
Повна собівартість на ринку Білорусії			
Реалізація за існуючими схемами	112,02	92,99	13,76
Реалізація через посередників	108,83	89,94	12,54

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Для цього ми порівнюємо собівартість продукції підприємства, яка може бути предметом реалізації існуючих схем і за умови розширення представництв.

З табл. 3.4 видно, що собівартість одиниці продукції, що поставляється ТОВ «Монтажспецконструкція» на ринки Молдови, Казахстану та Білорусі, за умови співпраці з посередниками, є меншою, ніж продаж за існуючими алгоритмами. За цих умов доцільно продавати продукцію через посередників, тим самим розширюючи торгову мережу та створюючи умови для підвищення міжнародної конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Для досліджуваного підприємства можна запропонувати комплекс заходів щодо забезпечення привабливості його продукції з метою підвищення ефективності ЗЕД, що дозволить потенційним замовникам компанії купувати продукцію ТОВ «Монтажспецконструкція» вигідніше конкурентів. Тобто пропонується розглянути можливість продажу своєї продукції за нижчими цінами на ринках, що нас цікавлять, а саме Молдови, Казахстану та Білорусії. Ці країни привабливі для бізнесу, оскільки на їх ринках є попит на їх продукцію.

Для компанії також важливо вийти на ринок з новим асортиментом товарів, оскільки клієнти вже знають існуючий перелік. За рахунок нових видів продукції

з'являться можливості знизити собівартість продукції та виправдати зниження цін. Цей маркетинговий прийом активно застосовується великою кількістю компаній, які хочуть збільшити свої продажі, але не можуть різко знизити ціни на існуючі лінійки товарів, а тому пропонують споживачам дещо інші товари зі схожими функціональними характеристиками, але з нижчою ціною. Тому планується реалізувати оновлену продукцію з існуючого асортименту. Основними асортиментними групами, які пропонується продати на зовнішньому ринку, будуть: арматура, сталевий круг та металеві конструкції.

Ми обґрунтовуємо нові ціни на цю продукцію на ринках цих країн, вивчаючи ціни конкурентів та визначаючи можливий рівень цін, який буде прийнятним для ТОВ «Монтажспецконструкція» (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Пропоновані ціни на продукцію ТОВ «Монтажспецконструкція» на міжнародних ринках для забезпечення конкурентоспроможності компанії, тис. грн./т

Ціни конкурентів	Арматура	Круг сталевий	Металоконструкції
Конкуренти ТОВ «Монтажспецконструкція» в Молдові			
Молдавський металургійний завод	178,72	129,60	25,72
<u>Ares UT SA</u>	176,17	116,00	22,91
<u>Quarc</u>	177,93	119,20	22,29
Конкуренти ТОВ «Монтажспецконструкція» в Казахстані			
АрселорМіттал Теміртау	171,38	117,07	23,78
KSP Steel	169,31	112,53	21,24
Конкуренти ТОВ «Монтажспецконструкція» в Білорусії			
НаноСплав	173,94	111,47	21,33
Спецліт	175,69	114,40	20,36
Центроліт	171,54	116,00	20,01
ТОВ «Монтажспецконструкція»			
Ціна	150	100	16,5
Пропонована ціна в Молдові	173,46	112,27	21,15
Пропонована ціна в Казахстані	166,44	108,27	18,26
Пропонована ціна в Білорусії	167,87	107,73	18,78

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Запропонований вище захід зробить продукцію досліджуваного підприємства більш конкурентоспроможною за ціною та якістю, допоможе

збільшити обсяги продажів та інших показників компанії. Оцінюючи їх приблизні зміни, можна передбачити, якою буде конкурентоспроможність досліджуваного підприємства в найближчі роки.

Зі табл. 3.5 можна побачити, що арматура, металеві та металоконструкції, виробництво різних конкурентів ТОВ «Монтажспецконструкція» на ринку Молдови, Білорусі та Казахстану набагато дорожчі порівняно з цінами, пропонованими компанією на українському ринку. У той же час на ринку Молдови ми також можемо передбачити вищу ціну, адже на нашу продукцію ціни на ринку є значно вищим, ніж собівартість продукції. На ринках Казахстану та Білорусі ціни близькі за вартістю, тому компанії необхідно встановити більш конкурентоспроможну ціну для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності.

Більш успішно конкурувати з існуючими компаніями в Молдові, Казахстані та Білорусі дозволить встановлення запропонованих цін на свою продукцію на їх ринках, а отже, це забезпечить збільшення продажів нашої продукції. Дуже важливо, що на українському ринку ці товари можна придбати за найнижчими цінами, оскільки вартість доставки та просування товарів в Україні нижча порівняно із забезпеченням їх продажу на зовнішніх ринках. Збільшення обсягу продажів призведе до збільшення чистого доходу, продуктивності праці, підвищення ефективності використання ресурсів, рентабельності та інших показників діяльності підприємства.

Дуже важливим є, в контексті підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності компанії, створити умови для підвищення якості продукції при одночасному зниженні цін або підтримці її існуючого рівня. Однак унеможливорює підтримку існуючих цін на продукцію збільшення вартості послуг, тим більше, що в країнах СНД відбуваються процеси девальвації, котрі знецінюють купівельну спроможність місцевих металургійних заводів, і таким чином зменшується попит. Для ТОВ «Монтажспецконструкція» це може мати негативні наслідки, а саме - зменшення обсягу продажів. Тому підприємству необхідно вжити

заходів щодо поліпшення зовнішньоекономічної діяльності та зниження собівартості своєї продукції шляхом пошуку шляхів зниження собівартості поставок та встановлення ефективної політики збуту в іноземній ринки.

3.2.Економічне обґрунтування впровадження проекту

Розглянемо вплив реалізації досліджуваного заходу на основні показники діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» використовуючи стандартний метод розподілу ймовірностей. Виробнича діяльність підприємства з реалізації нової продукції на 2021 р.характеризується такими основними показниками (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Планові показники діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» по продажу нової продукції на зовнішньому ринку у 2021 році

№ п/п	Показники	Одиниці виміру	Значення показника в 2022 р
1	Обсяг реалізації в натуральному виразі	т	80,84
2	Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн.	12126
3	Повні витрати	тис. грн.	11377,79
4	Прибуток від реалізації продукції	тис. грн.	875,69
5	Чистий прибуток	тис. грн.	748,21
6	Рентабельність діяльності (р.5:р.3 x 100%)	%	6,6
7	Рентабельність продукції (р.5 : р.2 x 100%)	%	6,2
8	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції (р.3 : р.2 x 100)	коп	94,0

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Ми прогнозуємо ріст продажів, використовуючи метод екстраполяції тренду та стандартного розподілу ймовірностей, щоб розрахувати економічну ефективність запропонованих показників. Для цього був проведений аналіз обсягів за минулі роки та побудований прогноз завдяки поліноміальній лінії трендів.

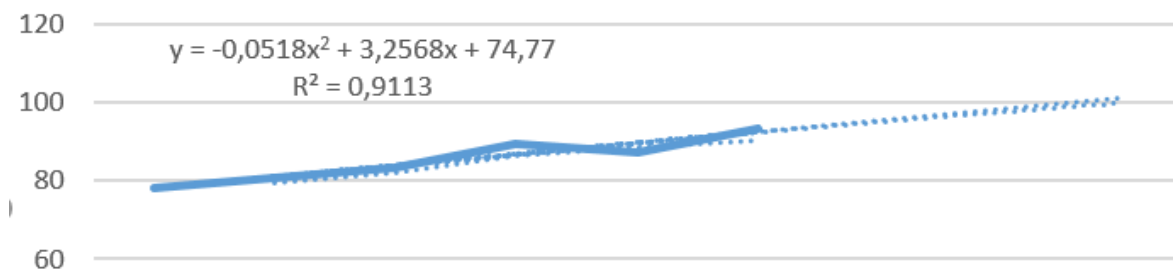


Рис. 3.1 прогноз обсягів реалізації на зовнішні ринки на майбутні періоди
(Побудовано автором на основі власних досліджень)

Для визначення прогнозованих обсягів продажів у проектному році на підприємстві з урахуванням зміни обсягів реалізації та організації спільного представництва було проведено співбесіду з керівництвом компанії та отримані наступні результати (табл. 3.7).

Таблиця 3.7 – Результати опитування експертів

Експерти		1	2	3	4	5	6	7
Обсяг збуту, т		87,54	86,54	<u>84,12</u>	89,74	<u>90,50</u>	86,40	<u>86,90</u>

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

$$y = -0,0518 \cdot 6^2 + 3,2568 \cdot 6 + 74,77 = 92,44$$

Підставляючи у рівняння наступний період, ми бачимо, що данні прогнозу трендом відносно близькі до даних, які спрогнозували експерти.

Значення цього прогнозу необхідно перевіряти на надійність та типовість. Визначте стандартне відхилення, яке характеризує розкидання думок окремих експертів щодо середнього значення.

Таблиця 3.8 – Розрахунок середнього квадратичного відхилення

Експерти	1	2	3	4	5	6	7	Разом
Обсяг збуту O_i , т	87,54	86,54	<u>84,12</u>	89,74	<u>90,50</u>	86,40	<u>86,90</u>	
$O_{\text{сер}}$	87,39							
Відхилення $\Delta O = (O_i - O)$	-0,37	0,62	3,04	-2,57	-3,33	0,76	0,26	-
ΔO^2	13,69	38,44	925,98	664,09	1110,22	57,76	6,76	2819,09

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

$$\alpha = \sqrt{2819,09/7} = 2,006$$

$$\omega = \frac{2,006}{87,39} = 0,023 \text{ або } 2,3\%;$$

Сукупність висновків експертів можемо вважати однорідною, що свідчить про можливість використання даних експертних оцінок для подальших розрахунків, адже $\omega < 33\%$. Найімовірнішим (Б) буде збут 86,90 тонн продукції.

Згідно з оптимістичним прогнозом (О), збут складе 90,50 т, песимістичним прогнозом (Р) 84,12 т продукції. Визначаємо очікуване значення прогнозу продажів:

$$ОП = \frac{0+4xB+П}{6} = \frac{90,5+4 \times 86,9+84,12}{6} = 87,03 \text{ т.}$$

Бачимо, що приріст обсягу реалізації складе:

$$87,03 - 80,84 = 6,19 \text{ т.}$$

або (у %)

$$6,19 / 80,84 \times 100\% = 7,67\%$$

Розраховуємо чистий прибуток на зовнішньому ринку за таким алгоритмом:

1. Розраховуємо приріст чистого доходу на зовнішньому ринку
2. Потрібно знайти величину повних витрат в проектному році.
3. Розраховуємо прибуток від реалізації продукції на зовнішньому ринку в проектному періоді

$$1. 87,03 \times 150 = 13054,5 \text{ тис. грн.}$$

$$2. 87,03 \times 130,74 - 11378,3 \text{ тис. грн.}$$

$$3. 13054,5 - 11378,3 = 1676,2 \text{ тис. грн.}$$

Отже, чистий прибуток на зовнішньому ринку в проектному році буде:

$$1676,2 \times (1 - 0,18) = 1374,48 \text{ тис. грн.}$$

Вплив заходу на основні показники діяльності компанії в табл. 3.9.

Отже, внаслідок вдосконалення стратегії ЗЕД в проектний період обсяг реалізації в кількісному вираженні збільшиться на 6,19 т продукції (або 7,67 %), а

у вартісному значенні – на 928,5 тис. грн. і складе 13054,5 тис. грн. Повні витрати реалізацію продукції збільшиться на 0,51 тис. грн.

Таблиця 3.9 – Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства на зовнішньому ринку

№ п/п	Показники	2021 рік	Проект				Відхилення	
			2022 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.	Абс., ±	Відн., %
1	Обсяг реалізації в натуральному виразі, т	80,84	87,03	93,71	100,89	108,63	6,19	7,66
2	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	12126	13054,5	14054,47	15131,05	16290,09	928,5	7,66
3	Повні витрати, тис. грн.	11377,79	11378,3	11833,43	12306,77	12799,04	0,51	0,00
4	Прибуток від реалізації продукції, тис. грн.	875,69	1676,20	2221,04	2824,28	3491,05	800,51	91,42
5	Чистий прибуток, тис. грн.	748,21	1374,48	1821,26	2315,91	2862,66	626,27	83,70
6	Рентабельність діяльності (р.5:р.3 x 100%)	6,58	12,08	15,39	18,82	22,37	5,50	X
7	Рентабельність продукції (цінова конкурентоспроможність) (р.5 : р.2 x 100%)	6,17	10,53	12,96	15,31	17,57	4,36	X
8	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції (р.3 : р.2 x 100)	93,83	87,16	84,20	81,33	78,57	-6,67	-7,11

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Прибуток від реалізації зросте на 800,51 тис. грн., а чистий прибуток – на 626,26 тис. грн. і складе 1374,48 тис. грн. Збільшення мережі представництв компанії в Білорусі зможе краще виконати свої зобов'язання перед замовниками, створить умови для збільшення частки ринку. Запропоновані заходи зможуть активізувати приховані можливості підприємства для ведення бізнесу, залучити прихований персонал, маркетинг, фінансовий потенціал і тим самим збільшення ефективності ЗЕД ТОВ "Монтажспецконструкція".

Розрахуємо, яких результатів очікує отримати ТОВ «Монтажспецконструкція» від реалізації своєї продукції за пропонованими цінами

на ринках Молдови, Казахстану та Білорусі. Для прогнозування зростання продажів ТОВ "Монтажспецконструкція" використовуємо метод стандартного розподілу ймовірностей:

$$ОП = \frac{O + 4 * B + П}{6} \quad (3.1)$$

де О – оптимістичний прогноз

В – найбільш вірогідний прогноз

П – песимістичний прогноз.

Розмовляючи з представниками компанії ми отримали відповідь на запитання, чому саме цей обсяг продажів був обраний. Вони відповіли, що компанія має контракти на поставку продукції, а також певні можливості продажу товарів та враховували зміни кон'юнктури ринку. Після підведення підсумків та осмислення отриманої цифри та порівняння її з минулорічними значеннями були отримані результати експертного опитування. Крім того, враховуючи, що протягом 2017-2020 р. спостерігалось незначне збільшення продажів нової продукції, а оскільки в 2021 році обсяг становив 80,84 тонни продукції, то в 2022 році на основі зростання продажів на внутрішньому та зовнішньому ринках прогнозується збільшення продаж у зв'язку зі збільшенням платоспроможного попиту на продукцію ТОВ "Монтажспецконструкція".

Розрахунки далі будуть зроблені для нових продуктів, продажі яких доведеться збільшити в результаті вдосконалення цінової політики. Ми приймаємо 87,50 тонн продукції підприємства для найбільш вірогідного (В) обсягу продажів.

Згідно з оптимістичним прогнозом (О), продажі становитимуть 83,56, песимістичний прогноз (Р) становить 89,36 тонн продукції.

Розраховуємо очікуване значення прогнозу збуту:

$$ОП = \frac{89,36 + 4 * 87,50 + 83,56}{6} = 88,15 \text{ т}$$

Бачимо, що зростання обсягу реалізації складе:

$$88,15 - 80,84 = 7,31 \text{ т продукції.}$$

або у % :

$$\frac{7,31}{80,84} * 100\% = 9,05\%$$

1. Обчислимо величину зростання доходу від реалізації спираючись на результати господарювання у 2022 р. і чистий дохід від реалізації продукції на зовнішніх ринках:

$$88,15 * 150 = 13222,50 \text{ тис. грн.}$$

2. Знаходимо величину повних витрат в проектному році.

$$88,15 * 130,74 = 11524,73 \text{ тис. грн.}$$

3. Розрахуємо зростання прибутку ід реалізації на зовнішніх ринках в проектному році:

$$13222,50 - 11524,73 = 1697,77 \text{ тис. грн.}$$

4. Таким чином чистий прибуток в проектному році дорівнюватиме:

$$1697,77 * (1 - 0,18) = 1392,17 \text{ тис. грн.}$$

Представляємо очікувані результати від проведення заходів по вдосконалення цінової політики на ринках Молдови, Білорусії та Казахстану в табл. 3.12.

Таблиця 3.12 – Планові результати діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» від вдосконалення цінової політики підприємства на міжнародних ринках

Показники	2021 р.	Проект				Відхилення	
		2022р.	2023р.	2024р.	2025р.	Абс.	Відн.
Обсяг реалізації в натуральному виразі, т	80,84	88,15	96,13	104,83	114,31	7,31	9,05
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	12126	13222,5	14417,81	15721,18	17142,38	1096,5	9,04
Повні витрати, тис. грн.	11377,79	11524,73	11985,72	12465,15	12963,75	146,94	1,29
Прибуток від реалізації, тис. грн.	875,69	1697,77	2432,09	3256,04	4178,63	822,08	93,88
Чистий прибуток, тис. грн.	748,21	1392,17	1994,32	2669,95	3426,47	643,96	86,07

Продовження таблиці 3.12

Рівень рентабельності діяльності, %	6,58	12,08	16,64	21,42	26,43	5,50	X
Цінова конкурентоспроможність продукції, %	6,17	10,53	13,83	16,98	19,99	4,36	X

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Видно, що обсяг реалізації досліджуваної продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» на ринках Молдови, Казахстану та Білорусі в матеріальному вираженні в проектному періоді збільшиться на 7,31 тонни (або 9,05%) завдяки вдосконаленню цінової політики підприємства, а у вартісному вираженні - на 1 096,50 тис. грн. і становитиме 13 222,50 тис. грн. Загальна вартість реалізації зросте на 146,94 тис. Грн. прибуток від продажу збільшиться на 822,08 тис. Грн., а чистий прибуток - на 643,96 тис. Грн. (або на 86,07%) і становитиме 1392,17 тис. грн. Загалом, зростання рентабельності складатиме 5,5%, а конкурентоспроможності продукції за ціною складе 4,36%.

Таблиця 3.13 – Планові показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» на 2021 р.

Показник	Роки			Відхилення 2021/2020	
	2019	2020	План 2021	абсолютне	%
Ефективність експортних операцій	1,38	1,21	1,43	0,22	18,3
Ефективність імпорتنих операцій	1,41	1,28	1,28	0,00	0,00
Рентабельність експорту, %	27,46	16,2	30,09	0,64	4
Рентабельність імпорту, %	29,02	21,71	21,71	0,00	0,00
Ефективність ЗЕД	1,39	1,2	1,42	0,20	16,6
Рентабельність ЗЕД, %	27,96	17,23	29,68	12,45	73,2

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Отже, на основі розроблених заходів вдосконалення діяльності підприємства на зовнішньому ринку ефективність експортної діяльності у 2021 році зросте із 1,21 у 2020 році до 1,43 у 2021 році, рентабельність експортної діяльності збільшиться на 4%. Отже, підвищення ефективності експортної діяльності позитивно вплине на рентабельність ЗЕД, як зросте на 73% у 2021 році порівняно із 2020 роком.

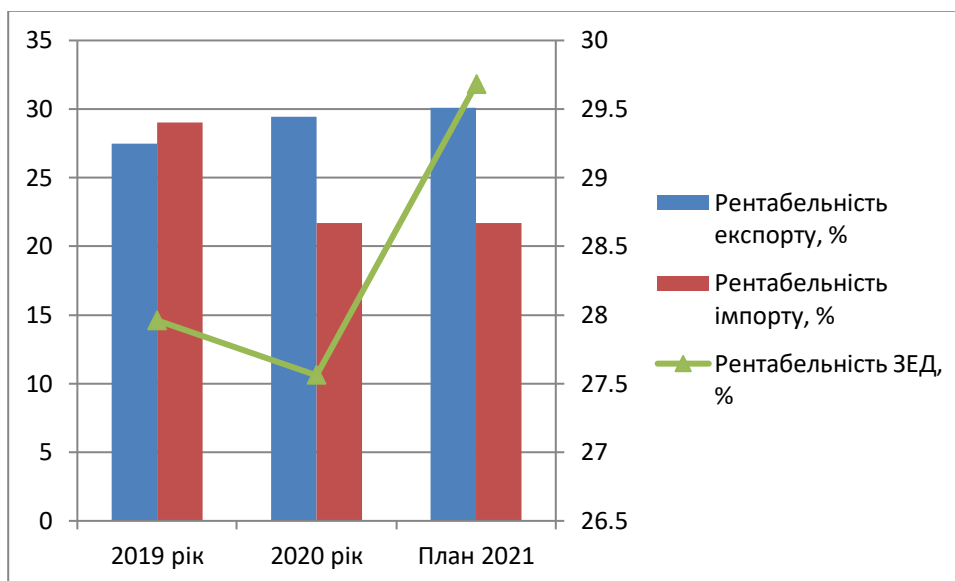


Рисунок 3.2 – Планові показники рентабельності ЗЕД ТОВ

«Монтажспецконструкція» на 2021 р., %

Побудовано автором на основі власних досліджень

При виході на зовнішні ринки необхідно враховувати ризики, є ймовірність настання ризикованої ситуації. З метою мінімізації ризиків та їх впливу на показники ефективності необхідно їх ідентифікувати в табл. 3.14.

Таблиця 3.14 – Ризики ТОВ «Монтажспецконструкція», які можуть виникнути під час виходу на зовнішні ринки

Назва ризику	Причина його виникнення	Оцінка наслідків	Відсоток зниження
Політичний	Погіршення політичної ситуації в Білорусії після виборів президента в 2020 році	Зменшення обсягів поставок продукції	5-15%
Економічний	Зрив або затримка поставок внаслідок введення карантинних заходів з метою запобігання поширенню COVID-19	Затримка поставок, що може вплинути на відтермінування оплати вантажу, та, як наслідок, затримки платежів	10-35%

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Проведемо розрахунок чутливості проекту виходу на зовнішній ринок. Вихідні дані для розрахунку аналізу чутливості проекту показано в табл. 3.15.

Таблиця 3.15 – Вихідні дані ТОВ «Монтажспецконструкція» для розрахунки аналізу чутливості проекту виходу на зовнішні ринки

Найменування показників	Значення
Обсяг реалізованої продукції, т	80,84
Собівартість продукції, тис. грн	11377,79
Чистий фінансовий результат, тис. грн.	748,21

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Обчислення, форма побудови таблиць та ілюстрації проекту наведені в табл. 3.16

Техніка розрахунків, ілюстрації чутливості умовного проекту та форма побудови таблиць наведені в табл. 3.16.

Таблиця 3.16 – Чутливість виходу ТОВ «Монтажспецконструкція» на зовнішні ринки до зменшення обсягів реалізації внаслідок виникнення ризиків

Зменшення обсягів реалізації, %	Рентабельність, %	Обсяг реалізації, тис. грн.	Постійні витрати, тис. грн.	Змінні витрати, тис. грн.	Повна собівартість, тис. грн.	Прибуток, тис. грн.
базовий	6,58	80,84	2616,89	8760,63	11377,79	748,21
-5	5,30	76,80	2616,89	8322,6	10939,49	580,21
-10	3,99	72,96	2616,89	7906,47	10523,36	420,36
-15	2,65	69,31	2616,89	7511,15	10128,05	268,48
-20	1,27	65,84	2616,89	7135,59	9752,49	124,21
-25	-0,14	62,55	2616,89	6778,81	9395,72	-12,85
-30	-1,58	59,42	2616,89	6439,87	9056,78	-143,05
-35	-3,05	56,45	2616,89	6117,88	8734,80	-266,76

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Чутливість до зменшення обсягів реалізації = $1 - 2616,89 / (12126 - 8760,63) = 0,2224$ або 22,24%

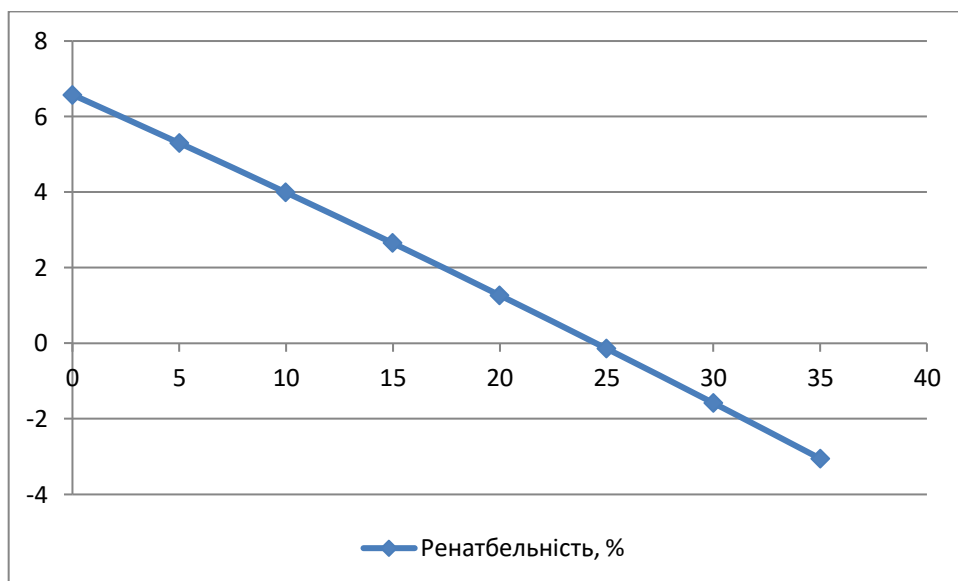


Рисунок 3.2 – Чутливість проекту виходу на зовнішні ринки до зменшення обсягів реалізації внаслідок виникнення ризиків

Побудовано автором на основі власних розрахунків

Коефіцієнт чутливості до зменшення обсягів реалізації ТОВ «Монтажспецконструкція» вказує на те, що при зниженні реалізації більш як на 22,24% зовнішня діяльність підприємства буде збитковою.

На сьогодні відповідно до ЗЕД-контрактів ризики та втрати у зв'язку із коронавірусом підприємства можуть значно зменшити. Це можливо за рахунок погодження із контрагентом додаткової угоди, яка буде переглядати та узгоджувати відповідні умови поставок в разі необхідності, їх вартість та проведення розрахунків в умовах запровадження карантинних заходів в країні. Також необхідно більш детально розписувати форс-мажорні обставини.

Висновки до розділу 3

Метою є практична формалізація розробленої системи управління зовнішньоекономічною діяльністю на прикладі ТОВ «Монтажспецконструкція».

Запропонувались наступні альтернативи підприємству, що виходить на ринок Білорусі з метою реалізації запланованих цілей в нових економічних умовах.

1. Прямі продажі через власний торговий офіс (представництво) в країні. В результаті вдосконалення стратегії збуту за проектний період обсяг реалізації в кількісному вираженні збільшиться на 6,19 т продукції (або 7,67%), а у вартісному вираженні - на 928,50 тис. Грн. і становитиме 13054,50 тис. грн. Загальна вартість реалізації зросте на 0,51 тис. Грн. Прибуток від реалізації збільшиться на 800,51 тис. Грн., А чистий прибуток - на 626,27 тис. Грн. і становитиме 1374,48 тис. грн. Розширення мережі представництв компанії в Білорусі забезпечить умови для збільшення частки ринку. Запропоновані заходи зможуть активізувати приховані можливості підприємства для ведення бізнесу, залучити новий персонал, маркетинговий й фінансовий потенціали і тим самим підвищити ефективність ЗЕД ТОВ "Монтажспецконструкція".

2. Співпраця з продавцями продукції на зовнішніх ринках, яким буде простіше орієнтуватися в особливостях місцевого ринку на умовах INKOTERMS 2010 EXW.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки та пропозиції.

Бачимо, що ЗЕД підприємства визначається як сукупність зовнішньоекономічних операцій господарської діяльності підприємства, основною метою яких є отримання максимального прибутку від діяльності на зовнішньому ринку. Основними причинами для виходу компанії на зовнішні ринки є:

- розширення збутової діяльності за межами національного ринку для отримання максимального прибутку;
- насичення продукцією внутрішнього ринку;
- недостатнє використання виробничих потужностей;
- наявний потенціал задля виходу на зовнішні ринки;
- сприятливі умови для зовнішньоекономічної діяльності;
- за рахунок використання переваг національних факторів виробничого та ресурсного потенціалу країни отримання додаткового комерційного ефекту;
- впровадження зарубіжного досвіду здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Передумовами для створення на підприємстві системи управління зовнішньоекономічною діяльністю є наявність необхідних трудових, виробничих, та фінансових навичок та ресурсів для стратегічного планування діяльності підприємства на зовнішньому ринку; кваліфікований персонал, здатний отримувати нові знання та інновації, які допомагають створити конкурентні переваги для компанії; ефективна система аналітичного та інформаційного забезпечення управління діяльністю.

Аналіз ЗЕД підприємств показує значення показників, що характеризують обсяг, структуру, динаміку та ефективність експортних можливостей підприємства. Фактичні результати експортної діяльності порівнюються із загальними світовими тенденціями фільтрації результату, який був досягнутий зовнішнього впливу ринкової кон'юнктури та ділового середовища, й зусиллями

керівників підприємств Порівняння результатів досліджуваного підприємства та подібних підприємств дає можливість визначити, що саме спричинило зміну результатів - проблеми, специфічні для цього підприємства або загальне погіршення зовнішнього середовища, яке торкнулося всіх підприємств групи.

Об'єктом дослідження дипломної роботи було обрано ТОВ «Монтажспецконструкція». На основі оцінки ліквідності можемо зробити висновок, що на кінець 2020 р. платоспроможність підприємства є низькою, про що свідчать коефіцієнти ліквідності, які є меншими за нормативне значення, а також маю тенденцію до зниження. У компанії не вистачає високо проданих активів для покриття поточних зобов'язань. Оцінка фінансового стану підприємства показала, що:

- у 2020 р. всі показники менші за норму, що свідчить про критичний фінансовий стан досліджуваного підприємства та й надалі мають негативну тенденцію до зниження;

- у 2020 р. діяльність підприємства була збитковою, підприємство отримало чисті збитки, що спричинило від'ємні значення показників рентабельності.

Позитивним є зростання ефективності ЗЕД із 1,34 у 2018 році до 1,39% у 2019 році, відповідно рентабельність ЗЕД зростає із 25,38% до 27,96% у ці роки. Але в 2020 показники значно зменшуються та становлять: ефективність ЗЕД 1,2, а рентабельність ЗЕД складає 17,23%. Кожна 1 грн. отримана від експортно-імпортних операцій приносить 25,38 коп. чистого прибутку у 2018 році, а в 2020 році – 17,23 коп. Показники ефективності ЗЕД є досить великими, що вказує про прибутковість даного виду діяльності, але з впливом COVID-19 показники значно зменшилися. В порівнянні із 2019 роком ефективність ЗЕД зменшилася із 1,39 у 2019 році до 1,2 у 2020 році. При цьому спостерігається також спадання ефективності експорту із 1,25 у 2018 році до 1,21 у 2020 році, при цьому ефективність імпорту зменшується. Тобто в перспективі підприємство має розвивати експортну діяльність, яка є більш прибутковою та рентабельною за 2018-2019 роки.

В рамках обґрунтування заходів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Монтажспецконструкція» розглядаємо особливості проектного рішення для компанії. Рішення полягає у розширенні ринків збуту, включаючи розширення мережі представництв в таких країнах, як Молдова, Казахстан та Білорусь. Таким чином буде проведено вдосконалення стратегії зовнішньоекономічної діяльності, залучення ресурсного потенціалу та підвищення його конкурентоспроможності. Планується знизити собівартість продукції за рахунок зменшення собівартості реалізації на одиницю продукції, в тому числі для тієї, на якій цінові пропозиції на ринках цих країн були виправдані.

Запропоновані наступні альтернативні варіанти підприємству, що виходить на ринок Білорусі з метою реалізації запланованих цілей в нових економічних умовах.

1. Прямі продажі через власний торговий офіс (представництво) в країні. Завдяки вдосконаленню стратегії ЗЕД обсяг продажів в проектному періоді збільшиться на 6,19 т продукції (або 7,67%) у кількісному вираженні, а у вартісному - на 928,50 тис. грн. і становитиме 13054,50 тис. грн. Загальна вартість реалізації зросте на 0,51 тис. грн. Прибуток від реалізації збільшиться на 800,51 тис. Грн., А чистий прибуток - на 626,27 тис. Грн. і становитиме 1374,48 тис. грн. Збільшення мережі представництв компанії в Білорусі забезпечить краще виконання своїх зобов'язань перед замовниками, а також створить умови для збільшення частки ринку. Запропоновані заходи дозволять активізувати приховані можливості підприємства для ведення бізнесу, а також залучити прихований маркетинговий, кадровий та фінансовий потенціали і тим самим можна підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "Монтажспецконструкція".

2. Співпраця підприємства з уже існуючими фірмами, що виробляють або продають продукцію, яка буде простіше орієнтуватися в особливостях місцевого ринку.

Обсяг продажу досліджуваної продукції ТОВ «Монтажспецконструкція» на ринках Молдови, Казахстану та Білорусі в матеріальному значенні в проектному

періоді збільшиться на 7,31 тонни (або 9,05%), а в вартісній умові - на 1096, 50 тис. грн і становитимуть 13 222,50 тис. грн. завдяки вдосконаленню цінової політики компанії. Загальна вартість реалізації зросте на 146,94 тис. грн. Прибуток від продажу збільшиться на 822,08 тис. Грн., А чистий прибуток - на 643,96 тис. Грн. (або на 86,07%) і становитиме 1392,17 тис. грн. Загалом завдяки введенню запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції за ціною 0,98% та рентабельності 1,04%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Активізація експортної діяльності підприємств України: недоторговані ринки та торговельні бар'єри: монографія за ред. М. Ю. Серпухова. Харків: Лідер, 2019. 215 с.
2. Бабан Т. О. Конкурентні переваги при формуванні експортного потенціалу Вісн. Харків. нац. техн. ун-ту сіл. госп-ва ім. П. Василенка. 2018. Вип. 191. С. 131-141.
3. Бараннік І. О. Формування аналітичного забезпечення розроблення стратегій розвитку та використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. Бізнес Інформ. 2017. № 12. С. 250-255.
4. Бараннік І. О. Методичний підхід до моніторингу експортно-імпортного потенціалу промислового підприємства. Бізнес Інформ. 2017. № 9. С. 148-153.
5. Батченко Л. В. Європейський менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб.: у 2 ч. за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Дятлової В. В. Харків: Панов А. М., 2018 . Ч. 1. 2018. 259 с.
6. Бондарєва Т. І. Оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2016. 43 с.
7. Вакульчик О. М. Управлінська діагностика зовнішньоекономічної діяльності підприємств на основі інтегральної оцінки. Екон. вісн. Донбасу. 2015. № 1. С. 109-114.
8. Гавловська Н. І. Оцінювання процесів взаємодії підприємства та потенційних контрагентів у контексті забезпечення економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності. Проблеми економіки. 2016. № 3. С. 127-135.
9. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. Вид. 5-те, перероб. і допов. Ірпінь: Ун-т ДФС України, 2019. 409 с.
10. Дахно І. І. Зовнішньоекономічна діяльність: за ред. І. І. Дахна. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 355 с.

11. Дейнеко О. Т. Визначення пріоритетних товарних груп та зовнішніх ринків для державної підтримки агропродовольчого виробництва та експорту. Екон. вісн. ун-ту/Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. 2017. Вип. 34/1. С. 56-61.
12. Жежуха В. Й. Перспективні «нетрадиційні» ринкові ніші ЄС для експорту вітчизняної продукції . Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2018. № 835. С. 268-275.
13. ЗЕД: вихід на експорт, робота з митницею, міжнародні перевезення: практ. Керівництво. Редкол: О. Целуйко (шеф-ред.), В. Якимащенко, З. Омельницька. Дніпропетровськ: Баланс-Клуб, 2016. 95 с.
14. ЗЕД: послуги, товари та переробка продукції. ЗЕД-контракт: особливості оформлення. Імпорт та експорт товарів і послуг. Облік сільгосп підприємствами нестач, пов'язаних з експортом зерна. Валютні обмеження: практ. керівництво. Дніпропетровськ: Баланс-Клуб, 2017. 111 с.
15. Зовнішньоекономічна діяльність України в системі глобальних конкурентних відносин: агропродовольчий вимір: [колект.] монографія за ред. д-ра екон. наук, проф. О. І. Павлова. Одеса: Астропринт, 2019. 269 с.
16. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: опорний конспект лекцій. НАН України. Київ: [б. в.], 2017. 279 с.
17. Зубрицький А. І. Експортний потенціал України у контексті порівняльних переваг. Економіка і прогнозування. 2018. № 1. С. 140-154.
18. Експортно-імпортні операції: навч. посіб. Ірпінь: Ун-т ДФС України, 2018. 253 с.
19. Кірей О. С. Актуалізація розрахунків за зовнішньоекономічними операціями в контексті євроінтеграції. Проблеми економіки. 2017. № 1. С. 380-387.
20. Козловський В. О. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб.: у 2 ч. Вінниця: ВНТУ, 2017 . Ч. 1. 2017. 141 с.
21. Кордонська О. І. Експортоорієнтовані стратегії у глобальній економіці: монографія. За наук. ред. к. е.н., доц. Ю. І. Біленка. Львів: 2017. 298 с.

22. Литвин О. Є. Управління операціями з експорту-імпорту: збірник ситуаційних та практичних завдань: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ: Фенікс, 2016. 315 с.
23. Лубенченко О. Е. Методологія управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств в умовах інноваційно-інвестиційної економіки: монографія. Лисичанськ: ДонДТУ, 2016. 243 с.
24. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств: монографія Луганськ: Ноулідж, 2015. 210 с.
25. Мельник Т. Потенціал ринку ЄС для українських експортерів. Зовн. Торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. Вип. 2. С. 5-18.
26. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: підруч. для студентів ВНЗ; за ред. д-ра екон. наук, проф. С. О. Гуткевич. 3-тє вид., перероб. Харків: Діса плюс, 2014. 699 с.
27. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб.: у 2 ч. / Донец. держ. ун-т упр. Харків: 2018. 259 с.
28. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: підручник; ред. О. А. Кириченко. 2-є вид., переробл. і доп. К.: Знання, 2015. 518 с.
29. Мережко Н. В. Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності: підручник. Київ: Київ. нац. екон.-торг. ун-т, 2019. 311 с.
30. Носач Л. Л. Системність вибору оптимальної форми оплати міжнародних розрахунків Бізнес Інформ. 2016. № 10. С. 39-46.
31. Оліфіренко Л. Державна політика використання експортного потенціалу підприємств харчової промисловості України. Проблеми і перспективи економіки та упр. 2016. № 4. С. 74-81.
32. Основи підприємницької діяльності: навч. посіб. для ун-тів. Т. 2. Міжнародний бізнес / Б. М. Пунько. Львів, 2018. 415 с.
33. Отенко В. І. Оцінка рівня експортно-імпортного потенціалу промислових підприємств: методичне забезпечення. Бізнес Інформ. 2017. № 4. С. 256-261.

34. Павленчик Н. Ф. Дослідження складових формування експортного потенціалу промисловості на мікро- та мезорівнях. Бізнес Інформ. 2017. № 11. С. 252-257.
35. Павліха Н. В. Моделювання зовнішньоекономічної діяльності України: монографія Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 151 с.
36. Піддубний І. О. Експортний потенціал підприємства: формування та розвиток: монографія. Харків: Чальцев О.В., 2017. 257 с.
37. Пітель Н. Я. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Умань: Сочінський М. М. [вид.], 2016. 228 с.
38. Пожусєва Т. О. Проблеми та перспективи розвитку експортного потенціалу суб'єкта господарювання. Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. 2017. № 4/5. С. 59-62.
39. Положенцева К. В. Український експорт: структурні зміни та географічні можливості. Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. 2017. № 6. С. 16-22.
40. Про зовнішньоекономічну діяльність: закон України: станом на 14 січ. 2019 р.: відповідає офіц. тексту: [новинка]. Офіц. вид. Харків: Право, 2019. 51 с.
41. Раєвнєва О. В. Моделювання поведінки експортоорієнтованого підприємства: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2014. 378 с.
42. Сапожник Д. І. Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності: підручник Львів: Вид-во ЛТЕУ, 2019. 431 с.
43. Семенюк І. Ю. Визначення ефективності адаптації зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств до умов поглиблення євроінтеграційного процесу України. Бізнес Інформ. 2018. № 2. С. 58-63.
44. Скриньковський Р. М. Діагностика експортного потенціалу підприємства. Проблеми економіки. 2016. № 4. С. 163-170.
45. Ткаченко А. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч.-метод. посіб. для студентів ВНЗ. Дніпро: ДВНЗ УДХТУ, 2017. 353 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Зведені дані балансу ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 рр.

Актив	Код рядка	2018	2019	2020
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000		7	6
первісна вартість	1001	18	25	25
накопичена амортизація	1002	18	18	19
Незавершені капітальні інвестиції	1005	252		28
Основні засоби:	1010	7861	13592	12760
первісна вартість	1011	11656	19124	20190
знос	1012	3795	5532	7430
Інвестиційна нерухомість:	1015			
первісна вартість	1016			
знос	1017			
Довгострокові біологічні активи:	1020			
первісна вартість	1021			
накопичена амортизація	1022			
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030			
інші фінансові інвестиції	1035			
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040			
Відстрочені податкові активи	1045			
Гудвіл	1050			
Відстрочені аквізиційні витрати	1060			
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	8113	13599	12794
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	13101	1443	343
Виробничі запаси	1101	5734	1353	217
Незавершене виробництво	1102	6042	90	
Готова продукція	1103	1325		
Товари	1104			126
Поточні біологічні активи	1110			
Депозити перестрахування	1115			
Векселі одержані	1120			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2832	8947	4448

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	2824	2599	1016
з бюджетом	1135			
у тому числі з податку на прибуток	1136			
з нарахованих доходів	1140			
із внутрішніх розрахунків	1145			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	27	751	157
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	876	575	455
Готівка	1166			
Рахунки в банках	1167	876	575	455
Витрати майбутніх періодів	1170		10	25
Частка перестраховика у страхових резервах	1180			
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182			
резервах незароблених премій	1183			
інших страхових резервах	1184			
Інші оборотні активи	1190	3824	728	232
Усього за розділом II	1195	23484	15053	6676
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300	31597	28652	19470
Пасив				
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	363	363	1133
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401			
Капітал у дооцінках	1405			
Додатковий капітал	1410			
Емісійний дохід	1411			
Накопичені курсові різниці	1412			
Резервний капітал	1415			
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11895	15195	13024
Неоплачений капітал	1425			
Вилучений капітал	1430			
Інші резерви	1435			
Усього за розділом I	1495	12258	15558	14157
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500			
Пенсійні зобов'язання	1505			

Довгострокові кредити банків	1510			
Інші довгострокові зобов'язання	1515			
Довгострокові забезпечення	1520			
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521			
Цільове фінансування	1525			
Благодійна допомога	1526			
Страхові резерви, у тому числі:	1530			
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531			
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532			
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533			
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534			
Інвестиційні контракти;	1535			
Призовий фонд	1540			
Резерв на виплату джек-поту	1545			
Усього за розділом II	1595			
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600			
Векселі видані	1605			
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610			
за товари, роботи, послуги	1615	1388	4592	156
за розрахунками з бюджетом	1620	3237	2057	904
за у тому числі з податку на прибуток	1621		475	
за розрахунками зі страхування	1625	130	113	6
за розрахунками з оплати праці	1630	472	551	203
за одержаними авансами	1635	13955	4017	1024
за розрахунками з учасниками	1640			
із внутрішніх розрахунків	1645			
за страховою діяльністю	1650			
Поточні забезпечення	1660			406
Доходи майбутніх періодів	1665			
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670			
Інші поточні зобов'язання	1690	157	1764	2614
Усього за розділом III	1695	19339	13094	5313
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700			

V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800			
Баланс	1900	31597	28652	19470

ДОДАТОК Б

Зведені дані Звіту про фінансові результати
ТОВ «Монтажспецконструкція» за 2018-2020 рр.

Стаття	Код рядка	2018	2019	2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	36845	85115	34925
Чисті зароблені страхові премії	2010			
Премії підписані, валова сума	2011			
Премії, передані у перестраховування	2012			
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013			
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014			
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	32493	75806	34577
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070			
Валовий: прибуток	2090	4352	9309	348
Валовий: збиток	2095			
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105			
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110			
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111			
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112			
Інші операційні доходи	2120	95	33	1937
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121			
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122			
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130			
Адміністративні витрати	2130	2345	3321	3861
Витрати на збут	2150	94	10	
Інші операційні витрати	2180	290	1831	503
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181			
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182			

Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1718	4180	
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195			2079
Дохід від участі в капіталі	2200			
Інші фінансові доходи	2220			
Інші доходи	2240			
Дохід від благодійної допомоги	2241			
Фінансові витрати	2250		10	
Втрати від участі в капіталі	2255			
Інші витрати	2270		109	16
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275			
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1718	4061	
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295			2063
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	119	731	108
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305			
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1599	3330	
Чистий фінансовий результат: збиток	2355			2171
Матеріальні затрати	2500	14812	38982	14704
Витрати на оплату праці	2505	6304	9862	8269
Відрахування на соціальні заходи	2510	1387	2139	1607
Амортизація	2515	1040	1797	2168
Інші операційні витрати	2520	11679	18104	11717
Разом	2550	35222	70884	38465

ДОДАТОК В

Горизонтальний аналіз балансу ТОВ «Монтажспецконструкція»

у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Темп приросту	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
I. Необоротні активи							
Нематеріальні активи:		7	6	7	-1		-14,29
первісна вартість	18	25	25	7	0	38,89	0,00
накопичена амортизація	18	18	19	0	1	0,00	5,56
Незавершені капітальні інвестиції	252		28	-252	28	-100	
Основні засоби:	7861	13592	12760	5731	-832	72,90	-6,12
первісна вартість	11656	19124	20190	7468	1066	64,07	5,57
знос	3795	5532	7430	1737	1898	45,77	34,31
Усього за розділом I	8113	13599	12794	5486	-805	67,62	-5,92
II. Оборотні активи							
Запаси	13101	1443	343	-11658	-1100	-88,99	-76,23
Виробничі запаси	5734	1353	217	-4381	-1136	-76,40	-83,96
Незавершене виробництво	6042	90		-5952	-90	-98,51	-100
Товари			126	0	126		100
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	2832	8947	4448	6115	-4499	215,93	-50,29
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	2824	2599	1016	-225	-1583	-7,97	-60,91
Інша поточна дебіторська заборгованість	27	751	157	724	-594	2681,48	-79,09
Гроші та їх еквіваленти	876	575	455	-301	-120	-34,36	-20,87
Витрати майбутніх періодів		10	25	10	15	100	150
Інші оборотні активи	3824	728	232	-3096	-496	-80,96	-68,13
Усього за розділом II	23484	15053	6676	-8431	-8377	-35,90	-55,65
Баланс	31597	28652	19470	-2945	-9182	-9,32	-32,05
Пасив							
I. Власний капітал							
Зареєстрований (пайовий) капітал	363	363	1133	0	770	0,00	212,12

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	11895	15195	13024	3300	-2171	27,74	-14,29
Усього за розділом I	12258	15558	14157	3300	-1401	26,92	-9,01
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення							
III. Поточні зобов'язання і забезпечення							
за товари, роботи, послуги	1388	4592	156	3204	-4436	230,84	-96,60
за розрахунками з бюджетом	3237	2057	904	-1180	-1153	-36,45	-56,05
за у тому числі з податку на прибуток		475		475	-475	100	-100
за розрахунками зі страхування	130	113	6	-17	-107	-13,08	-94,69
за розрахунками з оплати праці	472	551	203	79	-348	16,74	-63,16
за одержаними авансами	13955	4017	1024	-9938	-2993	-71,21	-74,51
Поточні забезпечення			406	0	406		100
Інші поточні зобов'язання	157	1764	2614	1607	850	1023,57	48,19
Усього за розділом III	19339	13094	53113	-6245	40019	-32,29	305,63
Баланс	31597	28652	19470	-2945	-9182	-9,32	-32,05