

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра економіки і підприємництва

«На правах рукопису»
УДК 339.137

«До захисту допущено»

Завідувачка кафедри

_____ Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА

«___» _____ 2024 р.

Магістерська дисертація
на здобуття ступеня магістра
за освітньо-професійною програмою «Економіка і бізнес»
зі спеціальності 051 «Економіка»
на тему: «Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою
підвищення її ефективності»

Виконала:

студентка II курсу, групи УЕ-31мп
Мошкун Галина Ігорівна _____

Науковий керівник:

д.е.н., професорка
Марченко Валентина Миколаївна _____

Консультант з економіко-математичного підрозділу:

д.е.н., доцентка
Кузьмінська Наталія Леонідівна _____

Рецензент:

д.е.н., професорка
Шевчук Олена Анатоліївна _____

Засвідчую, що у цій магістерській дисертації
немає запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студентка _____

Київ – 2024 року

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра економіки і підприємництва

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність – 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма – «Економіка і бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувачка кафедри

_____ Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА

«___» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську дисертацію студентці

Мошкун Галині Ігорівні

1. Тема дисертації «Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою підвищення її ефективності», керівник дисертації Марченко Валентина Миколаївна д.е.н., професорка кафедри економіки і підприємництва, затверджені наказом по університету від 08.11.2024р. № 5019-с

2. Термін подання студентом роботи: 05.12.2024 р.

3. Об'єкт дослідження: процес розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

4. Предмет дослідження: є теоретичні, методичні та практичні засади спрямовані на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства для підвищення її ефективності.

5. Сукупність завдань, які необхідно зробити: проаналізувати сутність поняття зовнішньоекономічної діяльності, етапи її розвитку та видову структуру, дослідити методологічне забезпечення процесів управління зовнішньоекономічною діяльністю для підвищення її ефективності, розглянути

методичні підходи для оцінювання ЗЕД, провести аналіз господарсько-правових засад діяльності ТОВ «Склоресурс», здійснити економічний аналіз ефективності діяльності досліджуваного підприємства, дослідити рівень розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання, оцінити напрямки розвитку ЗЕД методом аналізу ієрархії, проаналізувати наявні проблеми та перешкоди в здійсненні ЗЕД, а також запропонувати напрямки їх розв'язання, розробити систему дієвих заходів задля підвищення ефективності ЗЕД ТОВ «Склоресурс», провести оцінювання запропонованих заходів та їх вплив на підвищення ефективності діяльності

6. Перелік ілюстративного матеріалу: 59 таблиць та 25 рисунків.

7. Орієнтовний перелік публікацій:

1. Мошкун Г. І., Марченко М. В. Сучасний стан та тенденції зовнішньоекономічної діяльності підприємств склообробної галузі. *Нові горизонти розвитку бізнесу в умовах сучасних викликів. Можливості та механізми підтримки бізнесу в умовах європейської інтеграції* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених (м. Харків, 26 квітня 2024). Харків, 2024. С. 331-334. URL: <https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/conf-26-04-24-materv.pdf>.

2. Мошкун Г. І., Марченко М. В. Зовнішньоекономічна діяльність України в умовах війни. *Сталий розвиток складних соціально-економічних систем в умовах сучасних змін та викликів* : збірник тез та доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 16-17 травня 2024). Івано-Франківськ, 2024. С. 120-122. URL: <https://search.library.nung.edu.ua/>.

3. Мошкун Г. І., Марченко В. М. Підтримка розвитку зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах. *Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективність* : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, ОНЕУ, 4-5 жовтня 2024 року). Одеса, 2024. С. 652-653.

4. Мошкун Г. І., Кривда О. В. Аналіз ризиків та дослідження шляхів їх подолання на підприємствах склообробної промисловості. *Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність*: збірник наукових праць XIX Міжнародної науково-практичної конференції. 2023. С. 9-10. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/55541>.

5. Мошкун Г. І., Марченко В. М. Сучасні проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності виробників скла. *Розвиток підприємництва як фактор зростання національної економіки* : матеріали XXII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 20 листопада 2024 року). 2024. С.8.

6. Погребняк А. Ю., Мошкун Г. І. Вплив імплементації інструментів менеджменту якості на зовнішньоекономічну діяльність підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. №12/2024. С. 149-154. DOI: [10.32702/2306-6814.2024.12.149](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.12.149)

7. Мошкун Г. І., Марченко В. М. Політика протекціонізму в зовнішній торгівлі продукцією скляної промисловості. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2024. №10/281. С. 87-95.

8. Консультанти розділів дисертації

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 2, пункт 2.4	Кузьмінська Н. Л., к.е.н., доц.		
Нормоконтроль	Кривда О. В., к.е.н., доц.		

8. Дата видачі завдання 25.09.2023

Календарний план-графік виконання магістерської дисертації

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження теми науковим керівником	25.10.2023 р.	
2	Написання першого розділу магістерської дисертації	18.03.2024 р.	
3	Написання другого розділу магістерської дисертації	23.09.2024 р.	
4	Написання третього розділу магістерської дисертації	01.11.2024 р.	
5	Кінцеве оформлення магістерської дисертації	08.11.2024 р.	
6	Проведення попереднього захисту магістерської дисертації	18.11-19.11.2024 р.	
7	Термін подання магістерської дисертації на кафедру	05.12.2024 р.	
8	Захист магістерської дисертації	16.12-20.12.2024 р.	

Студентка

Галина МОШКУН

Науковий керівник

Валентина МАРЧЕНКО

РЕФЕРАТ

Магістерська дисертація Мошкун Галини Ігорівни на тему «Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою підвищення її ефективності» зі спеціальності 051 «Економіка», освітньо-професійної програми «Економіка і бізнес», КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024, Київ.

Структура магістерської дисертації: вступ, 3 розділи, висновки, список використаної літератури та додатки.

Робота виконана в обсязі 154 сторінки, містить 59 таблиць, 25 рисунків та 3 додатки.

Мета магістерської дисертації полягає в дослідженні науково-методичних основ та практичних рекомендацій щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою підвищення її ефективності.

У ході написання дисертації, було використано різні методи серед яких: загальнонаукові та спеціальні. Наприклад, систематизація, узагальнення, аналіз і синтез, індукція та дедукція, модель Томаса Сааті, порівняльний аналіз, аналіз відносних та абсолютних показників, графічні та табличні методи.

Об'єкт дослідження: є зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Предмет дослідження: є теоретичні, методичні та практичні засади спрямовані на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства, для підвищення її ефективності.

Результатом роботи є пропозиція щодо розширення експорту на нові ринки (Німеччини та Франції) та створення відділу ЗЕД. Це забезпечить злагожену та безперервну зовнішньоекономічну діяльність підприємства, допоможе зменшити залежність від вітчизняного ринку збуту та збільшити прибутки. Також було проаналізовано стратегію географічної диверсифікації, до якої може вдатись підприємство після впровадження рекомендованих заходів.

Ключові слова: підприємство, зовнішньоекономічна діяльність, імпорт, експорт, ефективність, управління зовнішньоекономічною діяльністю.

ABSTRACT

Master's Thesis by Halyna Ihorivna Moshkun on the Topic "Development of Foreign Economic Activities of an Enterprise to Improve Its Efficiency"

Specialty: 051 "Economics", Educational-Professional Program: "Economics and Business," National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute," 2024, Kyiv.

The structure of the master's thesis includes an introduction, three chapters, conclusions, a list of references, and appendices. The work encompasses 154 pages, containing 59 tables, 25 figures, and 3 appendices.

The objective of the master's thesis is to research the scientific and methodological foundations and provide practical recommendations for the development of foreign economic activities of an enterprise to improve its efficiency.

Various methods were employed in the thesis, including general scientific and specialized methods such as systematization, generalization, analysis and synthesis, induction and deduction, the Thomas Saaty model, comparative analysis, analysis of relative and absolute indicators, as well as graphical and tabular methods.

Object of Research: The enterprise's foreign economic activity.

Subject of Research: Theoretical, methodological, and practical principles aimed at the development of foreign economic activities of an enterprise to enhance its efficiency.

The main outcome of the thesis includes a proposal to expand exports to new markets (Germany and France) and establish a foreign economic activity (FEA) department. This is expected to ensure a streamlined and uninterrupted foreign economic operation within the enterprise, reducing dependence on the domestic market and increasing profitability. Additionally, the strategy of geographical diversification that the enterprise may pursue after implementing the recommended measures was analyzed.

Keywords: enterprise, foreign economic activity, import, export, efficiency, foreign economic activity management.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	15
1.1 Сутність поняття та видова структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	15
1.2. Характеристика процесу управління розвитком зовнішньоекономічною діяльністю підприємства з метою підвищення її ефективності.....	29
1.3. Методичні підходи щодо оцінювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств.....	41
Висновки до розділу 1.....	52
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СКЛОРЕСУРС».....	54
2.1 Аналіз господарсько-правових засад діяльності ТОВ «Склоресурс».....	54
2.2 Економічний аналіз ефективності господарської діяльності ТОВ «Склоресурс».....	62
2.3 Оцінювання рівня розвитку зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «Склоресурс».....	78
2.4 Оцінювання напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства методом аналізу ієрархії.....	89
Висновок до розділу 2.....	100
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СКЛОРЕСУРС».....	103
3.1 Систематизація напрямів розв'язання проблем та ліквідації перешкод у забезпеченні ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс».....	103
3.2 Економічне обґрунтування способів та методів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	113
3.3 Прогнозування змін ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» в результаті реалізації запропонованих заходів.....	127
Висновки до розділу 3.....	139
ВИСНОВКИ.....	142
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	147
ДОДАТКИ.....	154

ВСТУП

Актуальність обраної теми. З посиленням процесу глобалізації, розвитком міжнародного обігу продукції, покращенням та диверсифікацією товарів, зменшенням їх життєвого циклу та підвищенням рівня конкуренції, все більше суб'єктів господарювання повертаються до питання розширення географії свого функціонування та розвитком зовнішньоекономічної діяльності.

Відповідно, зовнішньоекономічна діяльність, як різновид напрямків діяльності, націлена на взаємодію між суб'єктами України та іноземними суб'єктами господарювання, яка може провадитись, як на території України, так і за її межами.

Важливість дослідження питання розвитку ЗЕД зумовлена декількома факторами. З однієї сторони, процес глобалізації, зумовив необхідність підприємств опанувати нові ринки збуту, розширювати коло партнерів та споживачів своєї продукції, особливо за умови нестабільного внутрішнього ринку.

Серед інших факторів необхідності розвитку ЗЕД, є те, що вона стимулює залучення інвестицій та інших ресурсів, які є критичним джерелом забезпечення довгострокового розвитку підприємства, модернізації виробничих процесів, створенню більшої кількості робочих місць та примноженню податкових надходжень у бюджет.

Окрім цього, розвиток зовнішньоекономічної діяльності сприяє інтеграції підприємства в міжнародне середовище, отримуючи нову інформацію, досвід, доступ до сучасних технологій, ресурсів, що в свою чергу може позитивно вплинути на результати діяльності компанії.

До того ж, розвиток ЗЕД допомагає підприємствам забезпечити свою стійкість на ринку, збільшити обсяг прибутків, підвищити свою ефективність та рентабельність і покращити конкурентоспроможність.

Ефективне управління розвитком ЗЕД дає можливість підприємству зменшувати витрати, використовувати ресурси більш раціонально, удосконалювати продукцію, покращувати логістику, що в свою чергу призводить

до зростання результатів компанії. Це особливо цінно для підприємств склообробної галузі України.

Оскільки дана галузь є одним із пріоритетних та найважливіших напрямків розвитку національної промисловості. Адже результати її діяльності використовуються у всіх можливих сферах життя: будівництво, меблева промисловість, автомобілебудування, енергетика тощо. А, з початком повномасштабного вторгнення, попит на продукцію цієї галузі в Україні невпинно зростає. У той час як пропозиція продовжує скорочуватись через складні умови виробництва, недостатність сировини, кваліфікованого персоналу, виробничих потужностей, інформаційні та законодавчі бар'єри та сукупність інших негативних факторів. Усі ці аспекти зумовили гостру проблему в пошуку ефективного способу їх нейтралізації. А як вже було зазначено, саме зовнішньоекономічна діяльність націлена на вирішення даних перешкод.

Усе це свідчить про те, що тема дослідження розвитку зовнішньоекономічної діяльності, зокрема підприємств склообробної галузі України, є дійсно актуальною та потребує детального аналізу.

Аналіз останніх досліджень. Детальне вивчення зовнішньоекономічної діяльності є основою багатьох праць та публікацій серед вітчизняних та зарубіжних науковців. До їх числа ми можемо віднести наступних: А. Сміт, Ф. Кене, Т. Мен, А. Монкретьєна І. О. Тарлопов, В. Ю. Гордополов, М. С. Наумов, Н. Павленчик, Р. Девіс, О. Є Новіков, М. І. Дідківський, І. В. Мілько, О. М. Котиш, Н. В. Притула, О. А. Єрмаков, В. Третьак, Л. Швайка, Р. Скриньковський, О. Процевят, С. Скрипник, О. Процевят та О. Воронова, С. Цюх, Л. Мельник та інші.

Однак матеріали щодо ЗЕД в країні на тлі повномасштабної війни, зокрема в галузі склообробної промисловості, є досить обмеженими та не містять детальних досліджень за період 2022-2024 років, що ще раз доводить потребу в дослідженні та вивченні цього питання.

Зв'язок роботи з науково-дослідними темами. Магістерську дисертацію було виконано згідно з завдань науково-дослідних робіт кафедри економіки та підприємництва КПІ ім. Ігоря Сікорського за темою: «Управління економічною

безпекою суб'єктів національного господарства» (НДР: 0116U004577). Таким чином, автором було проаналізовано теоретико-методологічні основи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та розроблено й обґрунтовано практичні рекомендації, які націлені на підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

Мета магістерської дисертації полягає в дослідженні науково-методичних основ та практичних рекомендацій щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою підвищення її ефективності.

Умовою досягнення встановленої мети, є виконання наступних завдань:

1. Вивчити сутність поняття зовнішньоекономічна діяльність, проаналізувати етапи її розвитку та видову структуру.
2. Дослідити методологічне забезпечення процесів управління зовнішньоекономічною діяльністю для підвищення її ефективності.
3. Проаналізувати методичні підходи для оцінювання ЗЕД.
4. Провести аналіз господарсько-правових засад діяльності ТОВ «Склоресурс».
5. Здійснити економічний аналіз для перевірки ефективності діяльності ТОВ «Склоресурс».
6. Проаналізувати рівень розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання.
7. Оцінити напрямки розвитку ЗЕД методом аналізу ієрархії.
8. Вивчити наявні проблеми та перешкоди в здійсненні ЗЕД.
9. Запропонувати напрямки розв'язання проблем та розробити систему дієвих заходів задля підвищення ефективності ЗЕД ТОВ «Склоресурс».
10. Провести оцінювання запропонованих заходів, їх вплив на підвищення ефективності діяльності та здійснити прогноз подальшого функціонування ТОВ «Склоресурс».

Об'єктом дослідження є зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні засади спрямовані на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства для підвищення її ефективності.

Базою дослідження є Товариство з обмеженою відповідальністю «Склоресурс».

Методи дослідження. У ході написання дисертації, було використано різні методи серед яких: загальнонаукові та спеціальні. Серед теоретичних методів використано: абстрагування (для вивчення сутності поняття «зовнішньоекономічна діяльність»), сходження від абстрактного до конкретного (для дослідження етапності розвитку ЗЕД), формалізація (при наведенні методичних підходів щодо оцінки ЗЕД). Загальні методи: систематизація та узагальнення (для упорядкування напрацьованого матеріалу та формування висновків), аналіз (з метою вивчення кожного елементу зовнішньоекономічної діяльності), індукція (для формування загальних висновків) та дедукція (дослідження ситуації на вітчизняному ринку з метою виявлення проблем та формування заходів нейтралізації їх впливу на ТОВ «Склоресурс»). Серед специфічних методів, при написанні роботи, залучалися: метод збору інформації (для вивчення господарсько-правових засад діяльності ТОВ «Склоресурс»), узагальнення економічної інформації, фінансово-економічний аналіз (для комплексної оцінки стану підприємства), економіко-математична модель (було використано метод Томаса Сааті, щоб оцінити напрямки розвитку ЗЕД ТОВ «Склоресурс»), порівняльний аналіз (для аналізу змін показників підприємства за досліджуваний період), аналіз відносних та абсолютних показників (щоб оцінити техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Склоресурс», а також розраховані коефіцієнти), графічні та табличні методи (були необхідною умовою для візуалізації отриманих розрахунків та проведення більш детального дослідження).

Інформаційною базою дисертації є річні фінансові звітності ТОВ «Склоресурс», сукупність інформації, яка була надана підприємством, офіційний сайт ТОВ «Склоресурс», закони України та постанови, положення бухгалтерського

обліку (постанови) в Україні, Державна служба статистики України, фахові публікації та інші матеріали мережі Інтернет.

Наукова новизна роботи: розширено науково-практичні основи щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, шляхом комбінації сукупності методів та способів. А також розширено матеріал щодо тенденцій та закономірностей процесу розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Практичне значення одержаних результатів. Результати роботи магістерської дисертації щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності з метою підвищення її ефективності полягають у тому, що автором було розроблено систему рекомендаційних заходів та проаналізовано шляхи ліквідації наявних проблем і перешкод.

Перша рекомендація полягає в розширенні ринків збуту. Економічно обґрунтовано, що даний захід може принести додатковий прибуток для ТОВ «Склоресурс», а також сформувати імідж, підвищити рівень конкурентоспроможності та розширити коло контрагентів компанії. Друга рекомендація націлена на створення відділу ЗЕД, який зможе забезпечити безперебійну та злагоджену міжнародну діяльність компанії, досягати фінансові та нефінансові цілі, діяти згідно норм, правил та договорів на міжнародній арені, що унеможливить отримання збитків або інших втрат, через порушення встановлених умов.

Результати магістерської дисертації були детально вивчені керівництвом ТОВ «Склоресурс» взяті до уваги та впроваджені в практичній діяльності (акт впровадження від 22 жовтня 2024 року).

Апробація результатів дисертації:

1. Мошкун Г. І., Марченко М. В. Сучасний стан та тенденції зовнішньоекономічної діяльності підприємств склообробної галузі. Нові горизонти розвитку бізнесу в умовах сучасних викликів. Можливості та механізми підтримки бізнесу в умовах європейської інтеграції : матеріали міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених (м. Харків, 26

квітня 2024). Харків, 2024. С. 331-334. URL: <https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/conf-26-04-24-materv.pdf>

2. Мошкун Г. І., Марченко М. В. Зовнішньоекономічна діяльність України в умовах війни. Сталий розвиток складних соціально-економічних систем в умовах сучасних змін та викликів : збірник тез та доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 16-17 травня 2024). Івано-Франківськ, 2024. С. 120-122. URL: <https://search.library.nung.edu.ua/>

3. Мошкун Г. І., Марченко В. М. Підтримка розвитку зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективність : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, ОНЕУ, 4-5 жовтня 2024 року). Одеса. 2024. С. 652-653.

4. Мошкун Г. І., Кривда О. В. Аналіз ризиків та дослідження шляхів їх подолання на підприємствах склообробної промисловості. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: збірник наукових праць XIX Міжнародної науково-практичної конференції. Київ. 2023. С. 9-10. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/55541>

5. Мошкун Г. І., Марченко В. М. Сучасні проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності виробників скла. *Розвиток підприємництва як фактор зростання національної економіки* : матеріали XXII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 20 листопада 2024 року). 2024. С.8.

6. Погребняк А. Ю., Мошкун Г. І. Вплив імплементації інструментів менеджменту якості на зовнішньоекономічну діяльність підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. №12/2024. С.149-154. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.12.149

7. Мошкун Г. І., Марченко В. М. Політика протекціонізму в зовнішній торгівлі продукцією скляної промисловості. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2024. №10/281. С. 87-95.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність поняття та видова структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Розвиток економік країн, розширення виробництва та надання послуг зумовлює формування все тісніших відносин між країнами світу. А такі процеси, як «глобалізація» та «інтеграція», лише підсилюють тенденції щодо посилення рівня взаємозалежності та взаємодії не тільки між окремими країнами, а й між окремими суб'єктами господарювання. Всі ці тенденції зумовили появу та постійний, динамічний розвиток зовнішньоекономічної діяльності.

Варто розуміти, що поняття зовнішньоекономічної діяльності охоплює чимало видів відносин, для прикладу торгівля товарами та послугами на міжнародному рівні, операції з іноземними інвестиціями, такі як надання або залучення, укладання міжнародних угод та договорів, участь у міжнародних організаціях та обмін знаннями в різних сферах, між державами та їх суб'єктами господарювання. Очевидно, що такі відносини приносять позитивний ефект для всіх учасників, адже сприяють економічному зростанню та розвитку, забезпечують необхідними ресурсами та розширенню ринків збуту. Таким чином, стає зрозуміло, що дослідження цієї діяльності важливе не тільки в рамках держави, а й через призму підприємств, задля підвищення їхньої ефективності та результатів діяльності.

Процес формування сутності поняття «зовнішньоекономічна діяльність» пройшов складний шлях становлення. Саме тому раціонально досліджувати не тільки запропоновані сучасними вченими визначення, а й розглянути напрацювання попередників. Адже саме їх можна вважати передумовами розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Історично вважається, що великі географічні відкриття є основою зародження зовнішньої торгівлі. У XV столітті в Західній Європі відбулося зародження меркантилізму. Представники цієї течії вважали, що досягнення

позитивного результату в зовнішній торгівлі можливе за рахунок встановлення високих цін на товари, що експортуються, та введенні ряду обмежень на операції, які пов'язані з імпортом. Важливим аспектом збереження багатства країни, згідно теорії меркантилізму, є заборона імпорту цінних металів (срібла та золота). Тобто, багатство країни залежало саме від рівня золота та срібла накопиченого в ній, а дана ідея дістала назву «Теорія грошового балансу» [1].

На відміну від представників раннього меркантилізму (Т. Мена, А. Монкретьєна та інших), представники пізнього меркантилізму або ж «мануфактурного меркантилізму» були прихильниками «Теорії торгівельного балансу». Ідея цієї теорії полягала в тому, що держава може досягти позитивного торгівельного балансу та забезпечити економічне зростання за умови, що вартість експортних товарів переважатиме над імпортованими [2].

В історії є багато прикладів застосування ідей меркантилістів, як прояву зовнішньоторговельної діяльності. Наприклад, у XVI-XVII століттях у Британській імперії були прийняті закони, які обмежували експорт живих овець та шерсті з країни, а за порушення цих законів людей могли навіть страчувати. Колоніям Англії заборонялось здійснювати будь-який імпорт товарів. У той час, товари виготовлені на експорт, спочатку розвантажувалися в Англії, а лише після завантаження на англійський корабель здійснювався імпорт продукції [2].

Прикладом провадження вільної торгівлі може слугувати досвід Нідерландів, оскільки там ідеї течії меркантилістів не набули своєї популярності. До XVII ця країна вважалась однією з найбагатших, а проголошена «Доктрина збалансованої торгівлі» заохочувала зберігати сировину для розвитку вітчизняного виробництва і подальшого експорту його товарів. Іншими аспектами регулювання стали: захист прав промисловців, стимулювання розвитку тогочасних мануфактур тощо [3].

На зміну меркантилістам прийшли ідеї фізіократів, одним з ключових представників яких, став Франсуа Кене. Значна увага приділялась сфері виробництва, при цьому саме землеробству. Згідно з цим напрямком, положення вільної торгівлі вважалися основою зовнішньоекономічної діяльності. Втручання

держави доцільне лише в сільське господарство, адже природа є основним багатством [2].

Адам Сміт, як представник класичної економічної школи, вбачав багатство у створенні товарів та здатності надавати послуги. Досить великої популярності праці Адама Сміта стали завдяки його терміну «принцип невидимої руки», тобто мінімізація втручання в економіку з боку держави, а також вчений досліджував конкуренцію. Задля ефективної торгівлі на міжнародних ринках важливим, на його думку, був міжнародний поділ праці, оскільки один і той же товар або послуга нестимуть різну вартість виробництва для різних країн. Звідси випливає, що торгівлю доцільно провадити з тією країною, вартість товарів якої є нижча та краща [4, с.10]. Відповідно, в основу зовнішньої торгівлі того часу було покладено ідею абсолютних переваг та вільної торгівлі. Продовжив дослідження цих ідей у своїх працях Давід Рікардо, сформувавши «Теорію порівняльних переваг».

У XIX ст. популярною стала теорема Хекшера-Оліна-Самуельсона, авторами якої є: Хекшер Е., Олін Б. та Самуельсон П. В основу даної теорії покладено припущення, що країни здійснюють експорт товарів, на виробництво яких залучено найбільш розповсюджений фактор виробництва у даній країні [5, с. 9].

Ще одним поштовхом до розвитку зовнішньоекономічної діяльності стали напрацювання Василя Леонтєєва, досить відомі під назвою «Парадокс Леонтєєва». Його ідея полягала в тому, що «Трудомісткі країни здійснюють експорт продукції, яка є більш капіталомісткою, в той час як капіталомісткі здійснюють експорт трудомісткої». Цей парадокс дав можливість підтвердити теорему Хекшера- Оліна [5, с.10].

Варто розуміти, що це лише частина наукових досліджень, на основі яких здійснювався розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Однак, після викладеного матеріалу, стає очевидно, що передумовами розвитку зовнішньоекономічної діяльності в світі стали:

1. Спеціалізація, яка властива кожній країні світу (на основі їх економічного розвитку).

2. Відсутність різних ресурсів у одних країнах та їх наявність в інших стали поштовхом до обміну.

3. Конкретні переваги країни, які сприяють формуванню ролі країни на міжнародній арені.

4. Специфіка політичних відносин між країнами.

5. Необхідність обміну знаннями та науковим надбанням, а також спільна робота в сфері досліджень та наукових відкриттів.

Складність та різнобічність трактування цього поняття зумовило різні погляди серед науковців на його пояснення, і дотепер не існує єдиного бачення щодо визначення зовнішньоекономічної діяльності.

Серед вітчизняних вчених, які досліджували дане поняття, можна виділити таких економістів та науковців: Головка Л., Вознюк Г., Баскакова А., Машталір Я., Шайка Л., Рогач О., Козаченко А., Чухно А., Дідківська Л., Мочерний С., Рибалкін В., Холодова К., Сіденко В., Вознюк Г., Третяк В., Покровська В., Соколенко С. та інші [2, 6].

У табл. 1.1 розглянуто поширенні трактування поняття «зовнішньоекономічна діяльність».

Таблиця 1.1 – Трактування поняття «зовнішньоекономічна діяльність»

Вчений	Запропоноване трактування
Баскакова А.	Сукупність економічних відносин, які з'являються під час руху ресурсів (товарних і фінансових).
Швайка Л.	Взаємовідносини між суб'єктами господарювання України та інших країн, які засновані на принципах обміну, вигоди для всіх учасників та з дотриманням міжнародного права.
Дідковський І.	Оцінка зовнішньоекономічних операцій на рівні підприємства, організації та спілок (мікрорівень)
Мельник Л.	Галузь функціонування держави та фірм, яка пов'язана з зовнішньою торгівлею (тобто експортом та імпортом), іноземними інвестиціями, кредитуванням, спільна з іноземними суб'єктами господарювання розробка та запуск проєктів.
Гребельник А.	Діяльність суб'єктів господарювання в основі якого лежить взаємовідносини, які здійснюються як закордоном або ж на території України.
Завадський І.	Операції пов'язані з експортом та імпортом між різноманітними організаціями.

Продовження табл. 1.1

Котиш О.	Діяльність фізичних осіб та юридичних осіб України на двох рівнях: макро та мікро, з суб'єктами господарювання інших країн, яка є вигідною для учасників цих відносин. І провадиться на території інших держав та України, з можливим перетинанням кордону.
Письмаченко Л.	Одна із складових економічної категорії, формується на основі структурних елементів і може бути класифікована за видами, типами та формами.
Леонов Я.	Вид господарювання, що провадиться переважно за межами національних кордонів та передбачає залучення різнонаціональних суб'єктів до цих відносин.
Дроздова Г.	Сукупність функцій, які здатні виконувати підприємства, які тісно пов'язані з виходом їх на іноземні ринки та їх зв'язки з зовнішньоекономічними операціями.
Машталір Я.	Господарська діяльність яка пов'язана з зовнішньоекономічними операціями, яку провадить підприємство з метою підвищення прибутків, завдяки конкурентним перевагам при розширенні ринків збуту.

Джерело: складено автором на основі [1, 2, 6, 7, 8]

Узагальнюючи запропоновані вченими пояснення цього напрямку діяльності, можна сказати, що зовнішньоекономічна діяльність в Україні трактується як взаємовідносини між суб'єктами господарювання України та іноземними суб'єктами. Така діяльність може провадитись безпосередньо на території України або ж за межами цієї території.

Поняттю «зовнішньоекономічна діяльність» властива економічна сутність. З однієї сторони, ЗЕД є вагомим чинником економічного зростання та відповідно розвитку країни, а з іншої є інструментом виходу суб'єкта господарювання на міжнародний ринок, а тому впливає на міжнародний поділ праці та кооперацію [6].

Об'єктом зовнішньоекономічної діяльності є сукупність товарів та послуг, з якими взаємодіють суб'єкти ЗЕД.

Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності можуть виступати як окремі країни, так і представники нижчих ланок. Таким чином, ми можемо поділити їх на суб'єктів мікро- та макрорівнів, запропонований поділ наведено на рис. 1.1.

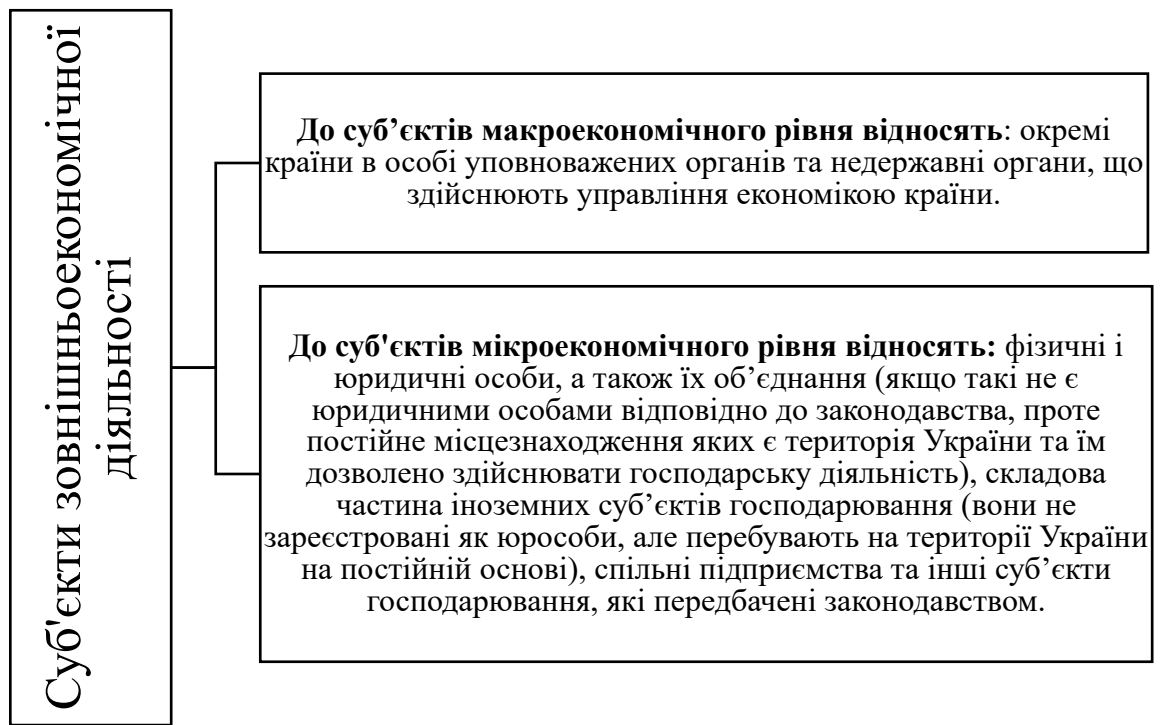


Рисунок 1.1 – Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: складено автором на основі [9]

Однак існує значна кількість організаційних ознак та підходів щодо поділу суб'єктів ЗЕД. Поширеними є такі класифікаційні ознаки [8]:

- 1) Відповідно до рівня економічної діяльності: мікрорівень, мезорівень, макрорівень, метарівень, мегарівень.
- 2) У відповідності до форми власності: приватні, державні та колективні.
- 3) За розміром господарського обороту: малі, середні та великі.
- 4) За походженням та належністю капіталу: національні, іноземні та змішані.

До державних органів, як суб'єктів ЗЕД, в Україні відносять: Верховну Раду, Кабінет Міністрів, Державну митну службу, НБУ, Міністерство фінансів; Міністерство економіки та інші галузеві міністерства, відомства, місцеві органи влади [9].

Вітчизняний науковець Пісьмаченко М. Л. у своїй праці «Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю України» детально аналізує ЗЕД, називаючи даний вид діяльності економічною категорією, яка є складною та

підлягає детальній класифікації. Поділ зовнішньоекономічної діяльності за типами та формами узагальнено на рис.1.2.

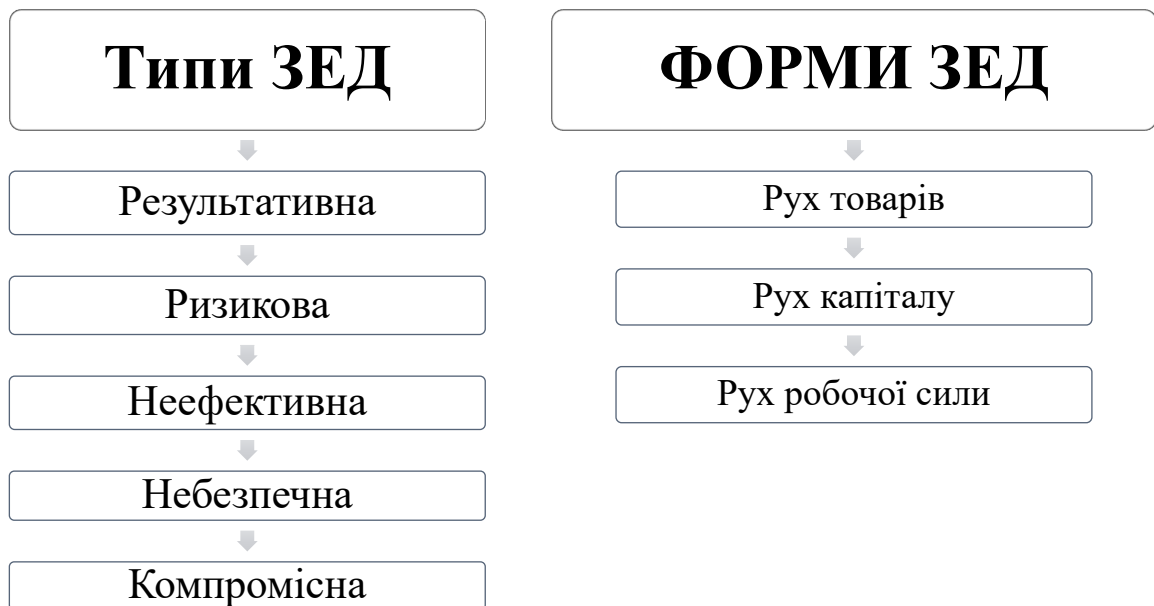


Рисунок 1.2 – Форми та типи зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Джерело: складено автором на основі [2].

Багатогранність зовнішньоекономічної діяльності та велика кількість можливих учасників цих взаємовідносин зумовила велику кількість її видів, серед яких виділяють наступні [5, с.5]:

- Операції, пов'язані з експортом та імпортом ресурсів.
- Співпраця з іноземними суб'єктами з метою провадження наукової, технічної, науково-виробничої та інших видів діяльності.
- Надання послуг іноземним суб'єктам учасниками зовнішньоекономічної діяльності.
- Навчання, підготовка та перепідготовка кадрів, що здійснюється на комерційній основі.
- Формування установ, які є банківськими, кредитними або страховими, за межами України (а також створення іноземними суб'єктами таких установ в Україні).

- Кредити та інші розрахункові операції між учасниками зовнішньоекономічної діяльності.
- Операції з цінними паперами згідно чинного законодавства.
- Об'єднана підприємницька діяльність (учасниками якої є як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України, так й іноземні).
- Діяльність в Україні пов'язана з ліцензуванням, патентуванням, торговельними марками, ноу-хау та інші види нематеріальних об'єктів власності, якими володіють суб'єкти господарської діяльності. А також дана діяльність поза територією України.
- Виставки, аукціони, торги, конференції, вебінари, симпозиуми, семінари та аналогічні заходи, що проводяться на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.
- Проведення оптової та роздрібною торгівлі за іноземну валюту в Україні (згідно чинного законодавства).
- Товарообмінні або бартерні операції, оренда та лізинг між учасниками зовнішньоекономічних відносин.
- Валютні операції (купівля, обмін, продаж), які проводяться на валютних аукціонах і біржах, міжбанківському валютному ринку.
- Робота на основі контрактної співпраці між фізичними особами України та іноземними суб'єктами господарювання незалежно від місця здійснення. І навпаки діяльність іноземних фізичних осіб на контрактній основі на території України.

У свою чергу регулювання діяльності суб'єктів господарювання здійснюється на основі: законів, нормативних актів, договорів та укладених угод між країнами [9].

Для прикладу в Україні одним з головних законодавчих актів, які визначає засади провадження суб'єктами господарювання зовнішньоекономічної діяльності є Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (від 16.08.1991 року). Головною метою даного закону є встановлення правових та організаційних засад здійснення ЗЕД. Серед інших факторів регулювання діяльності виділяють:

покращення процесів регулювання всіх видів ЗЕД (тобто, співробітництво в різних сферах, зовнішня торгівля, надання послуг) [2].

Окрім Закону України, ЗЕД розглядається в Господарському кодексі України в Главі 37, Податковому та Митному кодексах та інших законах України.

На мій погляд, мета регулювання ЗЕД полягає в наступному:

1) Гарантування збалансованості економіки та досягнення рівноваги на ринку України.

2) Сприяння позитивним структурним змінам в економіці країни, зокрема в посилення зовнішньоекономічних відносин суб'єктів господарювання в ході здійснення ЗЕД.

3) Забезпечення сприятливих умов для інтеграції економіки країни в світову систему поділу праці та її перетворення до ринкових структур розвинених країн світу.

Також зовнішньоекономічній діяльності притаманні функції, які наведено на рис. 1.3.

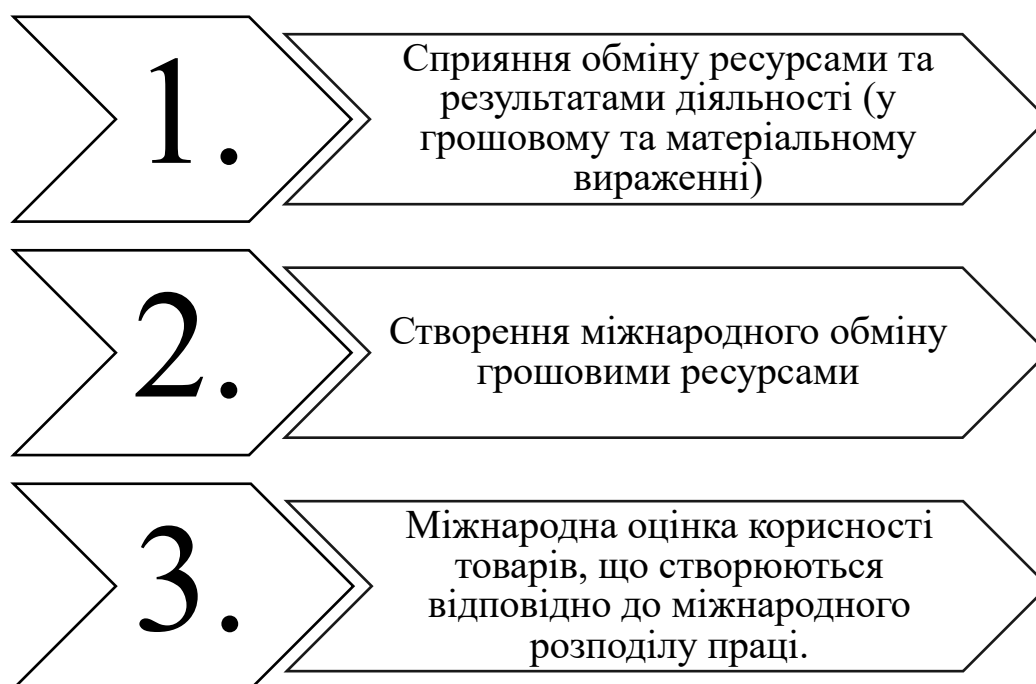


Рисунок 1.3 – Функції зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: побудовано автором на основі [10, с.7].

Для досягнення окресленої мети діяльності необхідне комплексне та своєчасне регулювання. Таким чином, реалізація зовнішньоекономічної діяльності звісно передбачає дотримання ряду принципів. Законодавство України розділяє такі принципи зовнішньоекономічної діяльності [9]:

- Суверенітет народу України при здійсненні даного виду діяльності. Полягає у правах народу на здійснення зовнішньоекономічної діяльності самостійно та незалежно з дотриманням чинного законодавства.

- Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва. Дає можливість суб'єктам господарювання на добровільній основі бути учасниками зовнішньоекономічних зв'язків та здійснювати таку діяльність у всіх формах, які не заборонені законодавством. Дотримання всіх чинних законів України та права власності на всі одержані результати в ході цієї діяльності.

- Юридична рівність та відсутність дискримінації.

- Верховенство закону.

- Захищеність інтересів суб'єктів даного виду діяльності. Тобто захист вітчизняних та іноземних суб'єктів на території України згідно наявних законів, а також міжнародних прав. Захист усіх державних інтересів України на її території та за межами.

- Недопущення демпінгу на товари, що ввозяться та вивозяться, еквівалентність обміну.

Існують інші принципи щодо регулювання ЗЕД, зокрема виділяють групу загальних. У таблиці 1.2 розглянута характеристика загальних принципів. Основою для дослідження цих принципів стали напрацювання вчених Котиш О. М та Мілько І. В.

Таблиця 1.2 – Аналіз загальних принципів зовнішньоекономічної діяльності.

Види загальних принципів	Характеристика
Взаємовигідність	Означає, що кожен учасник ЗЕД отримує свої переваги у ході взаємовідносин, найчастіше у вигляду прибутку. Саме тому, в процесі зовнішньоекономічної діяльності важливим є постійний аналіз та дослідження ринку для досягнення максимально можливого результату.

Продовження табл.1.2

Науковість	ЗЕД постійно зазнає змін та розвитку, а позитивний результат цих змін можливий шляхом дотримання економічних законів. До уваги також приймаються сучасні підходи та методи організації і управління.
Системність	Полягає в наявності тісних взаємовідносин між складовими елементами ЗЕД. Звідси слідує, що зовнішньоекономічна діяльність є частиною бізнесу підприємства, а отже якщо внутрішня робота компанії недостатньо ефективна, то зовнішньоекономічна діяльність теж матиме недоліки пов'язані з певними ризиками та як наслідок діяльність буде недієвою в цілому.

Джерело: складено автором на основі: [8, с.15]

Останнім видом принципів щодо ЗЕД є специфічні принципи. Дані принципи визначені міжнародними правовими документами, а держави які підписали цей документ беруть на себе зобов'язання щодо їх обов'язкового виконання. Цікавим фактом є те, що не кожен такий документ містить поняття «зовнішньоекономічна діяльність», однак визначені правила діяльності цих документів мають прямий взаємозв'язок із ЗЕД [5].

Генеральна Асамблея ООН в 1974 році прийняла документ під назвою «Хартія економічних прав і обов'язків держав», який містить досить широкий та детальний список принципів, які регулюють організацію та функціонування міжнародних економічних відносин. У документі розглянуто такі принципи: суверенітет, держави є політично незалежними та цілісні територіально, усі держави є рівними, а також визнається рівність прав та самовизначення їх народу, повага до прав і свобод людини, заборона нападу та втручання у внутрішні справи, результатом відносин повинна бути справедлива взаємовигода, мирне спільне існування, вирішення суперечок мирним шляхом, боротьба з несправедливістю (якщо така виникає в ході використання сили й унеможливорює життєдіяльність та розвиток нації), виконання взятих міжнародних зобов'язань, боротьба з прагненням до гегемонії в будь-яких сферах функціонування, спільна діяльність задля розвитку та забезпечення соціальної справедливості на міжнародному рівні, надання доступу до моря тим країнам, які його не мають [8].

Ще одним значимим міжнародним документом є Біла книга, яка була створена в 1985 році та містить принципи Європейського Союзу щодо зовнішньоекономічної діяльності. Серед принципів є наступні:

1. Здійснення контролю та укладання відповідних документів на продукцію, що перевозиться через національні кордони.
2. Вільне переміщення осіб з метою пошуку роботи або зміни місця проживання у будь-яких країнах.
3. Забезпечення доступності споживчих ринків.
4. Боротьба з бар'єрами в тому числі фіскальними.
5. Нормалізація технічних вимог та стандартів.
6. Поетапне розкриття ринку пов'язаного з інформаційними послугами, лібералізація послуг (транспортних, фінансових та інших).
7. Забезпечення таких умов, що стимулюватимуть спільну діяльність в сфері промисловості.
8. Дотримання законодавства щодо прав інтелектуальної власності [8].

Отже, можна помітити схожість у досліджених специфічних, загальних та національних принципах. Це пов'язано з прагнення України до інтеграції з Європейським Союзом, участь в СОТ, укладання угод щодо вільної торгівлі з іншими країнами та сприяння покращенню зв'язків з міжнародними партнерами.

Найпоширенішим суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності на мікрорівні є підприємство. ЗЕД є складовим елементом загальної діяльності підприємства, якій властиві окреме місце, значення та видова структура. Основою до здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства, є можливість отримувати економічні переваги через поділ праці та встановлення зв'язків на міжнародному рівні. Даний вид діяльності має великий вплив на результати функціонування підприємства, оскільки сприяє підвищенню ефективності та економічному зростанню, тож пропонуємо розглянути мотиви реалізації ЗЕД, значення та місце в діяльності підприємства (рис.1.4).



Рисунок 1.4 – Значення зовнішньоекономічної діяльності у функціонуванні підприємств

Джерело: складено автором на основі [11, 12]

Видова структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства включає в себе чимало елементів, які охарактеризовано в таблиці 1.3

Таблиця 1.3 – Аналіз видової структури зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Елемент структури	Характеристика
Експорт	Реалізації продукції або послуг за межами країни
Імпорт	Купівля іноземної продукції або послуг та їх подальше ввезення на митну територію країн.
Транзит	Перевезення товарів територією однієї країни з ціллю їх доставки до іншої.

Продовження табл. 1.3

Ліцензійне виробництво (франчайзинг)	Одержання прав щодо виробництва та подальшої реалізації товарів на окремих ринках.
Інвестиції за кордон	Інвестування в капітал установ та організацій, нерухоме майно та інші види активів за межами країни власного походження.
Участь в міжнародних заходах	Спільна робота з іншими суб'єктами з ціллю проведення спільних заходів, здійснення відряджень, участь у виставках, проєктах, конференціях за кордоном з метою отримання нових можливостей, досвіду та розвитку бізнесу.
Маркетинг та реклама	Провадження маркетингової діяльності, зокрема у вигляді реклами та просування товарів з їх подальшим продажем закордоном.

Джерело: створено автором на основі: [8, 12]

На основі викладеного матеріалу можна виділити такі фактори найбільшого впливу на формування ЗЕД підприємств:

- 1) Політичний аспект (зміни в законодавстві, укладання нових угод та договорів між країнами, пануючий політичний режим).
- 2) Стан економіки в країні та світі, зокрема валютні курси, рівень інфляції, економічне зростання, конкуренцію, тарифи та ставки мита.
- 3) Розвиток технологій та інновацій.
- 4) Геополітичний фактор та ризики, які ним зумовлені (наприклад, війна, тероризм та інші конфлікти, зокрема в місці розташування суб'єктів ЗЕД).
- 5) Соціально-культурні фактори, пов'язані з встановленими в країні нормами та правилами життя щодо споживання, вибору продукції та її реалізації партнерами.
- 6) Вплив на екологію, зумовили необхідність регулювання процесу виробництва та вимог до товарів, особливо тих, що можуть нести негативний вплив на навколишнє середовище.

Очевидним є те, що вплив сукупності факторів на ЗЕД зумовлює трансформацію даного виду діяльності. Хаєцька О. П. виділяє такі сучасні тенденції формування та розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства:

1. Наявність досконалого законодавства щодо регулювання ЗЕД, контролю виробництва та якості продукції, державна підтримка.
2. Гармонізація вітчизняних нормативних документів з міжнародними.

3. Сприяння конкурентоспроможності продукції, її диверсифікація, задля реалізації на міжнародних ринках.
4. Залучення всіх видів потенціалу в ході здійснення ЗЕД.
5. Посилення міжнародного співробітництва на засадах взаємовигідних відносин, мінімізація тарифних та нетарифних бар'єрів.
6. Впровадження цифровізації, наприклад, задля комунікації з споживачами, надання послуг тощо [13].

У ході аналізу зовнішньоекономічної діяльності було виявлено, що її регулювання в Україні здійснюється в особі уповноважених органів, недержавними органами та іншими суб'єктами ЗЕД.

Інструментами, за допомогою яких здійснюється регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств, виступають закони, заходи тарифного та нетарифного регулювання, вживання мір економічного характеру, угоди та договори, які укладають учасники даної діяльності, але якщо такі не суперечать чинному законодавству.

На основі викладеного матеріалу, стає очевидно, що зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом для всіх учасників ринку. По-перше, зовнішньоекономічна діяльність забезпечує глобальний розвиток, з іншого боку відбувається формування тісних економічних зв'язків між суб'єктами господарювання, а це в свою чергу привертає іноземні інвестиції, створюються нові перспективи та можливості для кожного учасника цих відносин та відбувається процес встановлення їхнього статусу на міжнародній арені, збільшення кількості ринків збуту зумовлює зростання прибутку підприємств-учасників ЗЕД, практично вільний доступ до необхідної сировини, ресурсів, обладнання тощо.

1.2. Характеристика процесу управління розвитком зовнішньоекономічною діяльністю підприємства з метою підвищення її ефективності

Дослідження категорії «зовнішньоекономічна діяльність» у пункті 1.1 дало можливість зрозуміти, що вона є важливим елементом у процесі функціонування

підприємства. Оскільки ефективна ЗЕД забезпечує належний рівень розвитку, конкурентоспроможності та позицію підприємства на міжнародному ринку. Відповідно, в межах цієї частини першого розділу, важливо дослідити як управління зовнішньоекономічною діяльністю може підвищити ефективність суб'єкта господарювання.

Під ефективною зовнішньоекономічною діяльністю розуміють позитивні результати діяльності підприємства, їх відповідність поставленій меті та цілям. Такими результатами можуть бути: збільшення доходу та мінімізація витрат від зовнішньоторговельних операцій, вихід на нові міжнародні ринки збуту, збільшення кількості споживачів та реалізованої продукції, розширення партнерських взаємовідносин.

Отже, основними цілями управління зовнішньоекономічної діяльності є наступні:

1. Максимізація прибутку;
2. Пошук ресурсів та їх ефективне використання;
3. Подовження життєвого циклу продукції;
4. Розподіл витрат, а також можливих ризиків у випадку партнерських

взаємовідносин.

Успішність управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства залежить від структури управління. На рис. 1.5 розглянуто три найпоширеніших структури.



Рисунок 1.5 – Різновиди структур управління на підприємстві

Джерело: побудовано автором на основі [14].

Зазвичай на підприємстві виділяють керуючу систему, до якої переважно відносять: управлінський апарат, служби та відповідні органи. А також систему, яка піддається управлінню, тобто функціональні підрозділи.

Під організаційно-виробничою структурою підприємства прийнято вважати тип організаційної структури, на основі якого формується уявлення про встановленні виробничі операції та функції системи, процес виробництва товарів виробничими підрозділами та їх взаємодію. Саме організаційно-виробнича структура піддається управлінню. Структура управління – форма організації та розподілу влади, відповідальності, функцій і прийняття рішень на підприємстві. Дана структура може також вказувати на рівень ієрархічності, взаємозв'язків та взаємовідносин. Очевидно, що дана структура відповідає за управління, а організаційна структура підприємства забезпечує взаємозв'язок описаних вище структур [15].

Підприємство можна вважати складною системою, яка включає в себе сукупність відділів, підрозділів, інших структурних складових і взаємозв'язки між ними. Таким чином, деякі з функціональних підрозділів мають особливий вплив на

зовнішньоекономічну діяльність, найбільш вагомі з них проаналізовано в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Аналіз основних відділів підприємства та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність

Відділ на підприємстві	Напрямки впливу на ЗЕД
Відділ маркетингу та продажів	1. впровадження ефективної маркетингової стратегії; 2. дослідження зовнішніх ринків та конкурентів; 3. вивчення особливостей регіонів та розробка відповідних рекламних стратегій.
Відділ логістики та збуту	1. налагодження міжнародної системи постачання товарів; 2. ефективне керування логістикою (наприклад, процесами пов'язаними з митними операціями та транспортними проблемами); 3. формування логістичних стратегій задля створення найкращих логістичних маршрутів.
Фінансовий відділ	1. аналіз міжнародної діяльності та її фінансове планування; 2. здійснення валютних операцій; 3. аналіз ризиків пов'язаних з фінансовими ресурсами, курсовими різницями тощо.
Юридичний відділ	1. аналіз змін у законодавстві та правового регулювання у регіонах діяльності підприємства; 2. супровід при складанні договорів з міжнародними партнерами 3. захист прав власності та інтелектуальної власності фірми.
Відділ роботи з персоналом	1. навчання персоналу та забезпечення належного рівня кваліфікації згідно міжнародних норм та інших факторів; 2. найм та управління персоналом у країнах, де компанія реалізує продукцію; 3. побудова інтернаціональних команд та формування процедур та правил роботи в таких командах.

Джерело: складено на основі власних досліджень автора

Очевидно, що ефективна діяльність структурних підрозділів, особливо в зазначених напрямках, сприяє підвищенню ефективності результатів ЗЕД.

Для того, щоб здійснювати ефективну зовнішньоекономічну діяльність, підприємству необхідно відповідати таким вимогам [14]:

- Впровадження на підприємстві прогресивних методів управління.
- Орієнтація у своїй діяльності на міжнародні норми та правила, зокрема щодо контролю якості продукції.
- Конкурентоспроможність підприємства.

- Систематичне та своєчасне реагування на ризики тощо.

Досить часто з метою досягнення найвищих результатів від ЗЕД на підприємствах формується окремий відділ, який відповідає за здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Його завданнями є наступні [16]:

1. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
2. Стимулювання ЗЕД, задля отримання результатів.
3. Розширення експортних операцій, для покращення експортного потенціалу підприємства.
4. Слідування наявним договорам та виконання взятих зобов'язання.
5. Формування інформаційної бази щодо кон'юнктури міжнародних ринків та вивчення специфіки діяльності на них.
6. Здійснення експортно-імпортних операцій, контроль їх реалізації на всіх етапах та забезпечення високих результатів.
7. Здійснення маркетингових і рекламних заходів на міжнародних ринках.
8. Планування та реалізація заходів і проектів в межах ЗЕД тощо.

Виконання описаних завдань, можливе завдяки здійсненню п'яти основних функцій управління: планування, організація, мотивація, контроль та регулювання. Сутність кожної з них розглянуто в табл. 1.5.

Таблиця 1.5 – Характеристика функцій управління ЗЕД

Функція	Характеристика її сутності
Планування	формування цілей підприємства в напрямку ЗЕД, плану заходів задля їх досягнення. Важливим етапом при плануванні є врахування роботи інших структурних підрозділів, факторів впливу на підприємство тощо.
Організація	передбачає створення структури діяльності підприємства, забезпечення гармонізованої роботи всередині підприємства, задля досягнення мети та цілей.
Мотивація	система заходів до якої вдаються на підприємстві для стимулювання роботи працівників.
Контроль	функція, яка забезпечує своєчасне виявлення наявних проблем та недоліків у діяльності підприємства, а тому можливість уникнення негативних наслідків у майбутньому. Також сприяє слідуванню встановленим планам роботи і цілям та негайному реагуванню на відхилення. Важливо, щоб функція контролю була всеосяжною та здійснювалась своєчасно.

Продовження табл. 1.5

Регулювання	функція, яка впливає з попередньої, а тому націлена на ефективне та негайне вирішення наявних проблем, відхилень, недоліків у діяльності фірми, шляхом здійснення сукупності заходів.
-------------	---

Джерело: складено автором на основі [17]

Роботу цього відділу, щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, можна відобразити візуально (рис. 1.6).

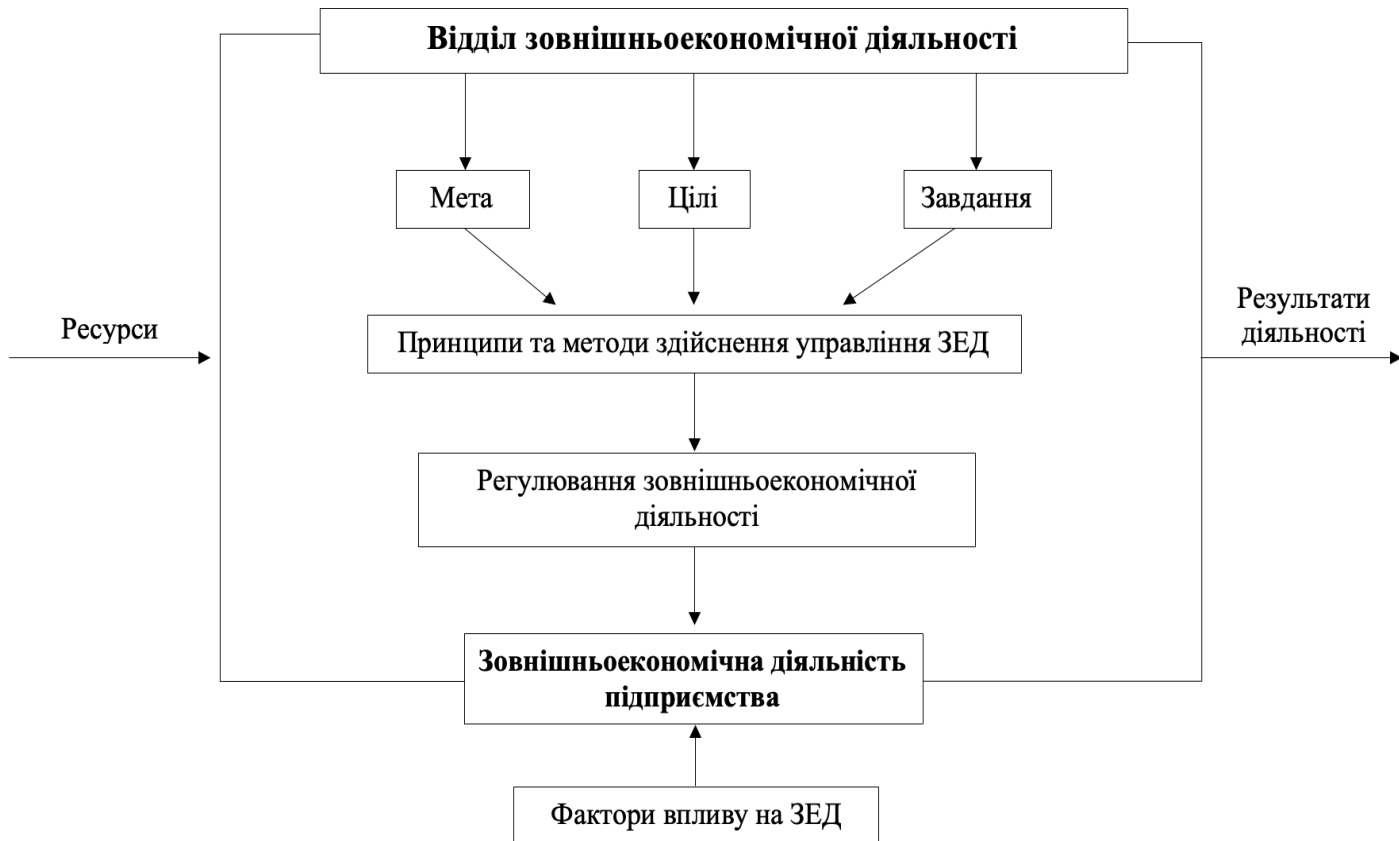


Рисунок 1.6 – Система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Джерело: запропоновано автором.

Важливою умовою досягнення позитивного ефекту є дотримання підходів в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю. Поширеними є такі підходи до управління [17]:

1) Історичний – дослідження та вивчення процесу розвитку та управління зовнішньоекономічною діяльністю, виокремлення історичних фактів та формування послідовності управління цією діяльністю.

2) Герменевтичний – дефініція поняття «управління зовнішньоекономічною діяльністю». Результатами цього підходу є нормативно-правові документи, наукові праці та вчення тощо.

3) Ситуаційний – характеризує прийоми, підходи та процес управління в цілому з врахуванням специфіки ситуації. За даним підходом управління ЗЕД розглядається як система, а тому до уваги беруться всі елементи зовнішнього та внутрішнього середовищ і зв'язки між ними.

4) Предметний – підхід заснований на дослідженні ідеї та сутності зовнішньоекономічних операцій.

5) Функціональний – основою підходу є дослідження як менеджери та керівництво підприємства здійснює розподіл ресурсів, контроль та коригування діяльності задля досягнення мети.

6) Комплексний – полягає у поєднанні декількох, вище описаних, методів задля вивчення процесу управління ЗЕД. Необхідність цього підходу зумовлена складністю досліджуваного поняття.

У результаті поєднання декількох підходів можливе виокремлення інших специфічних поглядів щодо управління ЗЕД.

Існує велика кількість методів управління ЗЕД, які застосовує підприємство, щоб досягнути позитивних результатів. Прийнято класифікувати всі методи управління на 3 групи: економічні, соціально-психологічні та адміністративні. Методи управління проаналізовано у табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Аналіз методів управління ЗЕД підприємства

Назва групи	Характеристика	Різновид методів
Економічні	сукупність економічних заходів через використання яких забезпечується вплив на об'єкт задля досягнення встановлених цілей. Основною перевагою цих методів є можливість досягнення матеріальних інтересів учасників ЗЕД через вплив на них фінансовими та матеріальними важелями та стимулами.	до економічних методів відносять: митний тариф та інші збори, вартість продукції, що є об'єктом імпорتنих та експортних операцій, ставки кредитування, страхування, залучення іноземних інвестицій тощо.

Продовження табл. 1.6

Соціально-психологічні	це своєрідні важелі впливу на взаємовідносини між працівниками та іншими учасниками ЗЕД. В основі таких методів лежить моральне стимулювання до виконання праці та, відповідно, перетворення поставленої задачі на усвідомлений обов'язок. Перевагою є мінімальні матеріальні витрати на провадження цих методів та залучення мотиваційних стимулів працівників нефінансового характеру.	два основних різновиди в даній групі є: соціальні методи (обумовленні стосунками між людьми, встановленими нормами, культурними та релігійними цінностями) та психологічні мотиви (сприяння до дій, гармонізація взаємовідносин між учасниками діяльності та забезпечення відповідного клімату в організації).
Адміністративні	сукупність заходів організаційно-розпорядчого характеру, необхідних для організації та керування об'єктами управління ЗЕД з метою здійснення поставлених задач. Перевагами цієї групи методів є дотримання встановлених правил та норм, чітке регулювання діяльності, розподіл обов'язків, мінімізація витрат на їх досягнення.	до таких методів відносять: ліцензування, встановлення квот на певні категорії товарів, обмеження на експортно-імпорتنі операції, застосування режимів правового та імпортного характеру, врегулювання спорів, проявів недобросовісної конкуренції тощо.

Джерело: складено автором на основі [18]

Інструменти, які допомагають досягати цілей в управлінні ЗЕД є наступні [19]:

- Продукт, який пропонує підприємство, його унікальність, новизна та життєвий цикл;
- Можливості на ринку;
- Ефективна логістика;
- Міжнародне право та дотримання встановлених норм;
- Співпраця з іншими суб'єктами господарювання, партнерство;
- Раціональне використанні ресурсів та пошук нових тощо.

Задля ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємств доцільним також є регулювання з боку держави. Серед заходів, які сприятимуть покращенню ЗЕД є наступні [20]:

- Сприяння з боку держави, зокрема за допомогою фінансових ресурсів, розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств.

- Підтримка наукомістких і критично важливих галузей діяльності.
- Захист вітчизняних виробників від надмірного імпорту через встановлення митних тарифів.
- Участь в міжнародних організаціях та укладання дипломатичних угод з метою регулювання взаємовідносин між окремими країнами.
- Створення державної системи навчання та підвищення кваліфікації персоналу підприємств.
- Впровадження податкових заходів для стимулювання роботи експортерів.
- Створення привабливого інвестиційного клімату в країні.
- Встановлення нормативів щодо якості та безпеки продукції тощо.

Таким чином, державне регулювання ЗЕД можливе за допомогою таких інструментів: адміністративні, організаційно-економічні заходи, методи тарифного та нетарифного регулювання, фінансово-кредитна і податкова політики тощо.

На даний час, в Україні реалізовано ряд програм, які націлені на підтримку вітчизняних підприємств та управління їх зовнішньоекономічною діяльністю, переважно пов'язаною з експортом. Такі програми можна класифікувати як донорські, банківські та бюджетні, а їх прикладами є наступні [21]:

1. Innov.Fin – банківська програма, яка фінансує інвестиційні проекти. Її організатори – Європейський Інвестиційний Фонд та Європейський союз.
2. Гранти «+» - це фінансова допомога, яка має безповоротний характер. Ініціатором цієї програми є Вишеградський фонд, а локальне застосування – Західні Балкани та країни Східного Партнерства.
3. Задля пошуку партнерів використовують Програму від Федерального міністерства економіки та енергетики Німеччини під назвою «Fit for Partnership with Germany». Її цільовою аудиторією є переважно менеджери.
4. Проєкт підтримки поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом. Ініціатором якого є Європейський інвестиційний банк.

5. Програми «Доступні кредити» - це державні програми, які надаються на інвестиційні цілі.

Ще одним прикладом успішного управління ЗЕД підприємства та підвищення її ефективності з боку держави можна вважати створення «Офісу з просування експорту». Цей орган було створено в 2016 році, як один з елементів Міністерства економічного розвитку та торгівлі в Україні, щоб допомогти підприємствам опанувати нові ринки та підвищувати їхню конкурентоспроможність. Сьогодні орган діє в таких напрямках [22]:

1. Аналітична діяльність та формування інформаційної бази;
2. Здобуття необхідних знань, шляхом навчання та консультацій на зручній платформі;
3. Експортний консалтинг;
4. Надання бізнес-можливостей для експортерів;
5. Державні закупівлі закордоном;
6. Забезпечення комунікації між бізнесом та владою;
7. Допомога жінкам-підприємницям, через спеціальну платформу.

За вісім років діяльності орган сприяв підвищенню ефективності ЗЕД на багатьох підприємствах. Таким чином, можна стверджувати, що в Україні уповноважені державні органи активно здійснюють управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства задля забезпечення позитивних результатів.

Важливе місце у розвитку зовнішньоекономічної діяльності посідає застосунок «Дія». З однієї сторони він є своєрідною інформаційною базою для підприємців, де можна ознайомитись з особливостями зовнішньоекономічною діяльністю, митне регулювання ЗЕД специфічних категорій товарів, процедуру видачі ліцензій та дозволів, про інвестиційну діяльність, як здійснюється транзит, державний експортний контроль, міжнародна допомога тощо. З іншої сторони додаток забезпечує консультування підприємців, які зацікавлені в здійсненні ЗЕД.

Особливої уваги заслуговує Єдиний експортний веб-портал на платформі Дія, запущений Офісом з просування експорту та фінансуванням Уряду Німеччини.

Цей портал накопичує та систематизує всю інформацію для суб'єктів господарювання, які зацікавлені в експорті. Даний портал наділений допомагати підприємствам в таких напрямках [23]:

1) Інформативний – надання даних про дії на різних етапах здійснення експорту, інструментарій аналізу іноземних ринків, правила та вимоги, що діють на них, дані про різні ринки для виходу на них.

2) Можливості – у вигляді корисних порад щодо покращення ЗЕД, пошуку клієнтів, способи участі у міжнародних заходах.

3) Сервіси – додаткові, безкоштовні застосунки на платформі, які допомагають вирішити певні проблеми та завдання пов'язанні з експортом.

4) Послуги – переважно пов'язані з пошуком експертів та наданні консультацій для вирішення проблем в ході ЗЕД.

Онлайн застосунок «Дія» та представлені на ньому веб-платформи сприяють розвитку вітчизняного бізнесу навіть закордоном. А, описані вище, інструменти є одним з найефективніших методів підвищення рівня експорту та захисту вітчизняних підприємців при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

На результати діяльності підприємства та його зовнішньоекономічної діяльності також впливає сукупність факторів. Часто їх класифікують як ті, що впливають на витрати та доходи ЗЕД, такий поділ розглянуто на рис. 1.7.

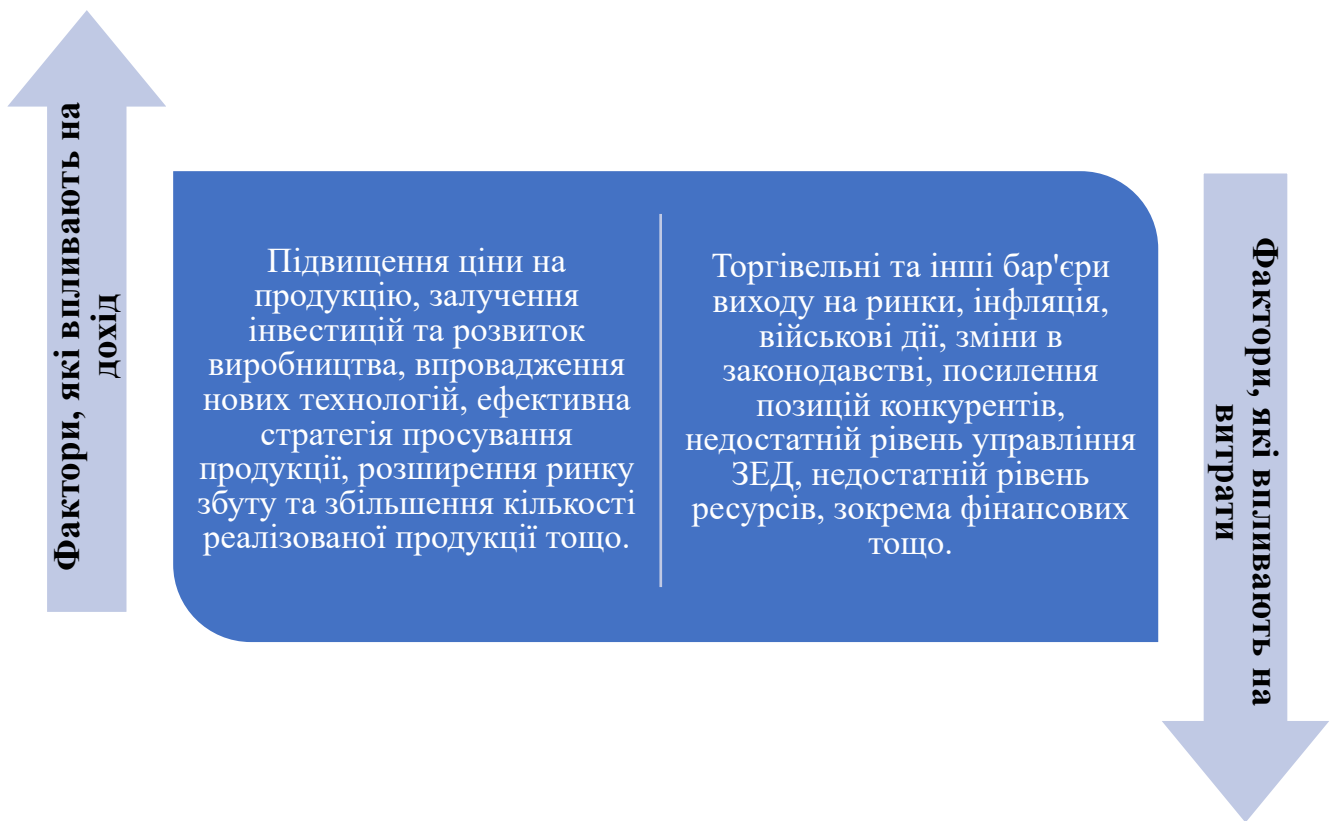


Рисунок 1.7 – Фактори впливу на доходи та витрати ЗЕД

Джерело: побудовано автором на основі [25].

Чинники, розглянуті на рис. 1.7, можна також класифікувати за середовищем виникнення, як зовнішні та внутрішні. При цьому, гнучкість підприємства та своєчасність реагування на будь-який із факторів, дає можливість уникнути негативних наслідків.

Щоб підвищувати ефективність ЗЕД підприємство може здійснювати заходи щодо покращення його організації:

- Формування окремого відділу, який реалізовуватиме ЗЕД;
- Ефективна маркетингова політика, з акцентом на дослідження іноземних ринків та специфіки діяльності на них;
- Формування інформаційної бази щодо ЗЕД та вибору партнерів;
- Планування та розроблення стратегії розвитку ЗЕД;
- Слідування наявним законам та нормативним актам задля уникнення проблем та можливих ризиків тощо.

Таким чином, методологічне забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю є важливим елементом функціонування суб'єкта господарювання, задля досягнення встановлених цілей. Дослідження в межах цього підрозділу дало можливість проаналізувати структуру управління, виявити рівень впливу структурних підрозділів підприємства на ЗЕД, завдання та функції відділу управління зовнішньоекономічною діяльністю, проаналізувати вплив держави та виявити фактори, що можуть змінювати ЗЕД.

1.3. Методичні підходи щодо оцінювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Матеріал, викладений у пунктах 1.1 та 1.2, з однієї сторони довів важливість зовнішньоекономічної діяльності в роботі підприємства, а з іншої сторони було узагальнено методологію управління ЗЕД на підприємстві. В основі здійснення оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємства найчастіше лежить необхідність дослідження наскільки його дії є раціональними, наприклад, щодо купівлі та реалізації товарів, виявлення їх структури, географічне розташування, загальна оцінка здійснення операцій на міжнародних ринках для вивчення їх результативності.

Зважаючи на це, правильне та всебічне оцінювання зовнішньоекономічної діяльності є важливим елементом аналізу підприємства. Оскільки на основі результатів оцінки ЗЕД ми можемо:

- Вчасно ідентифікувати ризики;
- Помітити негативні тенденції та проаналізувати фактори впливу;
- Формувати стратегію подальшої діяльності підприємства;
- На основі отриманих результатів здійснювати планування;
- Розробляти систему заходів щодо покращення тих аспектів, які відстають від бажаних норм тощо.

Для здійснення правильного оцінювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно дотримуватися ряду принципів. Серед них виділяють такі [25]:

1. Здійснення детального та комплексного обліку щодо витрат, ресурсів та результатів діяльності підприємства. Оскільки неточності в обліку підприємства можуть призвести до неправильних розрахунків та некоректних висновків щодо діяльності.

2. Систематичне порівняння результатів. У даному випадку важливо правильно обрати базу порівняння. Нею можуть стати показники щодо діяльності підприємства до здійснення певних заходів або ж дані конкурентів. У випадку якщо база порівняння буде вибрана неправильно, підприємство може допустити помилки у оцінці ЗЕД.

3. Використання однакової групи показників для витрат та результатів діяльності, що дасть можливість співставляти результати обрахунків.

4. Врахування зміни вартості понесених витрат залежно від періоду їх здійснення та приведення їх до одного періоду часу.

5. Регулярний збір інформації, систематичний аналіз даних.

При цьому візуально зобразити методику оцінювання зовнішньоекономічної діяльності можна так, як представлено на рис.1.8.



Рисунок 1.8 – Методика оцінки зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: запропоновано автором.

Результатами методики оцінювання ЗЕД звісно ж є певні висновки та узагальнена інформація щодо результатів проведеної діяльності, на основі якої можна розробити ряд рекомендаційних заходів для покращення ситуації на підприємстві.

Для того, щоб методика оцінювання зовнішньоекономічної діяльності була комплексною, доцільно використовувати такі методи: порівняння, групування, факторний метод, системний аналіз та експертний метод.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства може бути багатогранною та включати різні напрямки, тому процес оцінки повинен здійснюватися за такими аспектами [26]:

1. Процес виробництва продукції, який включає аналіз витрат і собівартості продукції, показники рентабельності та інші.
2. Маркетингова діяльність, аналіз стратегій просування, рекламних компаній, оцінка витрат, кількість клієнтів, частка ринку, стан ринків збуту та інші.

3. Інвестиційну діяльність підприємства та стан його проектів.
4. Оцінка партнерства підприємства, рівня виконання зобов'язань, оцінка ефекту від такої діяльності.
5. Інноваційний аспект (наскільки підприємство залучає сучасні рішення, їх вплив на продукцію та діяльність підприємства, рівень оптимізації процесів тощо).
6. Трудовий потенціал підприємства, його відповідність сучасним потребам та тенденціям ринку, рівень кваліфікації.
7. Оцінювання ризиків діяльності та їх подальша мінімізація.

Особливо важливим є постійне дослідження та удосконалення об'єкта ЗЕД, оскільки продукція, яку продає підприємство повинна бути конкурентоспроможною, якісною та користуватись попитом.

Оцінка якості продукції здійснюється за такими критеріями: відповідність міжнародним стандартам, наявність сертифікації (наприклад, ISO); органолептичні, лабораторні та функціональні випробування; належне маркування та пакування; аналітика щодо обсягів продажів, збір оцінок від експертів та споживачів.

Недотримання якості продукції може призвести до: порушення угод, негативного впливу на імідж компанії, зменшення обсягу реалізації. Такі ситуації призводять до значних збитків. Для того, щоб оцінити якість продукції, об'єкта ЗЕД, підприємству рекомендується розраховувати частку задоволених рекламаций до вартості товарів.

Напрацювання вітчизняних науковців Козака Ю. Г. і Логвінової Н. С. узагальнюють показники оцінювання зовнішньоекономічної діяльності за чотирма напрямками: абсолютні та відносні показники, показники структури та ефективності. Показники кожної з груп наведено в таблиці 1.7.

Таблиця 1.7 – Показники для оцінки зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання

Група показників	Види показників
Абсолютні показники	Фактичні дані щодо експорту, імпорту, та понесених витрат у зв'язку з експортом та імпортом, обсяг рекламаций, витрати пов'язані з ними та дані щодо вирішення проблем, обсяг реалізації нових товарів тощо.
Відносні показники	Індекси динаміки, обсягу, вартості (ціни), вартості, динаміка щодо зміни структури через появу нової продукції, частка витрат пов'язаних із вживанням заходів, показник виконання взятих зобов'язань в напрямках експорту та імпорту за напрямками обсягом, ціною, тривалість оборотів експортних та імпортних операцій, коефіцієнт віддачі від зовнішньоторговельних операцій.
Показники структури	Показники які дають уявлення щодо структури товарів які ввозились в країну та вивозились за її межі, дані щодо географічної структури, розподіл видів понесених витрат.
Показники ефективності	Оцінка ефективності експорту та імпорту, оцінка їх рентабельності, ефект від здійснення зовнішньоекономічних операцій, інтегральний економічний ефект, ефективність реалізації продукції на ринках, оцінка купівлі та використання обладнання, ефективність операцій пов'язаних з ліцензіями.

Джерело: складено автором на основі [25, 27]

Оцінка зовнішньоекономічної діяльності може здійснюватися з різних аспектів, наприклад, залежно від суб'єкта господарювання, який є учасником цих відносин. Якщо оцінювати ЗЕД з точки зору виробника-експортера, то до уваги можна взяти такі показники [28]:

1. Витрати викликані виробництвом експортної продукції (Vit_e);

При цьому Vit_e можна знайти за формулою:

$$Vit_e = C_T + T_p + O_B, \quad (1.1)$$

де C_T – собівартість продукції, яка експортується;

T_p – витрати на транспортування;

O_B – організаційні витрати;

2. Внутрішня ціна (відпускна) продукції, що експортується (C_e);

3. Вартість продукції, яка експортується, виражена у зовнішньоторговельних цінах, або виручка у валюті від реалізації продукції (Be);

4. Вартість продукції, яка імпортується, виражена у зовнішньоторговельних цінах, або пов'язані із купівлею імпортової продукції (V_i).
5. Ціна реалізації іноземних товарів за ціною внутрішнього ринку (C_i).
6. Витрати на купівлю товарів вітчизняних підприємств, які аналогічні до тих, що імпортуються ($V_{it.i}$).

На основі наведених даних можна розрахувати сукупність показників, проаналізованих в таблиці 1.8.

Таблиця 1.8 – Показники оцінювання зовнішньоекономічної діяльності

Назва показника	Формула	Характеристика
Повна ефективність експорту	$Пеп. = \frac{Ve}{V_{it.e}}$	Повна ефективність експорту та імпорту – це показники які оцінюють систему виробництва та реалізації при експорті та реалізацію і використання при імпорті. Для того щоб розрахувати ці показники необхідно знайти співвідношення вартості вираженої у зовнішньоторговельних цінах та витратах викликаних виробництвом. Економічно вигідно експортувати та імпортувати продукцію, якщо показники Пеп. та Піп. більше одиниці.
Ефект експорту	$Еп. = Ve - V_{it.e}$	
Повна ефективність імпорту	$Піп. = \frac{V_{it.i}}{V_i}$	
Ефект імпорту	$Еіп. = V_{it.i} - V_i$	
Економічна ефективність виробництва експортної продукції	$Пее. = \frac{Ce}{V_{it.e}}$	Ці показники дають змогу оцінити зацікавленість виробника поставляти її на іноземні ринки, при цьому як самостійно, так і з допомогою посередників.
Її ефект	$Еее. = Ce - V_{it.e}$	
Економічна ефективність споживання імпорту	$Пеі. = \frac{V_{it.i}}{C_i}$	Переважання цього показника над одиницею може свідчити про високоєфективну імпорту діяльність для підприємства. А зростання ефекту імпорту свідчить про зростання прибутків, а значить ефективну діяльність.
Її ефект	$Еіе. = C_i - V_{it.i}$	
Бюджетна ефективність експорту	$Пеб. = \frac{Ve}{Ce}$	Дана група показників є основою для оцінки реалізації експорту на міжнародних ринках та наскільки ефективно використовується імпорт на внутрішніх ринках.
Її ефект	$Ееб. = Ve - Ce$	
Бюджетна ефективність імпорту	$Піб. = \frac{C_i}{V_i}$	
Її ефект	$Ееб. = C_i - V_i$	

Джерело: складено автором за даними [28, 29]

За даними таблиці 1.8, можна зазначити, що показники економічної та бюджетної ефективності характеризують зовнішньоекономічні операції частково.

Тоді як повна ефективність імпорту та експорту оцінюють загальну ситуацію щодо виробництва та використання продукції.

Важливим аспектом в аналізі зовнішньоекономічної діяльності підприємства є дослідження взаємозв'язків підприємства з іноземними суб'єктами господарювання, виконання взятих на себе зобов'язань перед партнерами тощо. Для цього до уваги береться статистична інформація щодо кількості укладених контрактів, витрат пов'язаних з ними, якість виконання умов угод та наявність випадків невиконання договорів або їх порушення.

Щоб оцінити рівень ЗЕД підприємства відносно міжнародних угод розраховуються такі показники [30]:

1. Коефіцієнт протермінованих зобов'язань за формулою:

$$K_{\text{пр.у.}} = \frac{\sum K_{\text{пр}}}{\sum K_{\text{е}}} \times 100\%, \quad (1.2)$$

де $\sum K_{\text{пр}}$ – протермінована впродовж року вартість товарів на експорт згідно угод;

$\sum K_{\text{е}}$ – сума виконаних впродовж року контрактів з експортних операцій.

2. Коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю:

$$K_{\text{пр.у.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i.\text{ф.}} \times P_{i.\text{ф.}}}{\sum_{i=1}^n Q_{i.\text{п.}} \times P_{i.\text{п.}}}, \quad (1.3)$$

де $P_{i.\text{ф.}}$ та $Q_{i.\text{ф.}}$ – фактична ціна та кількість певного і-го товару;

$P_{i.\text{п.}}$ та $Q_{i.\text{п.}}$ – планова ціна та кількість певного і-го товару;

n – кількість товарів.

3. Коефіцієнт виконаних зобов'язань для групи продукції або конкретного товару, за вартістю;

4. Коефіцієнт виконання зобов'язань за обсягом у фізичному вимірі:

$$K_{\text{пр.у.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i.\text{ф.}} \times P_{i.\text{п.}}}{\sum_{i=1}^n Q_{i.\text{п.}} \times P_{i.\text{п.}}}, \quad (1.4)$$

де $Q_{i.\text{ф.}}$ – фактична кількість певного і-го товару, який експортується;

$P_{i.\text{п.}}$ та $Q_{i.\text{п.}}$ – планова ціна та кількість певного і-го товару;

n – кількість товарів.

5. Коефіцієнт виконання зобов'язань за ціною:

$$K_{\text{пр.у.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i.\text{ф.}} \times P_{i.n.}}{\sum_{i=1}^n Q_{i.\text{ф.}} \times P_{i.n.}}, \quad (1.5)$$

де $P_{i.\text{ф.}}$ та $Q_{i.\text{ф.}}$ – фактична ціна та кількість певного i -го товару;

$P_{i.n.}$ – планова кількість певного i -го товару;

n – кількість товарів.

Детальна характеристика зовнішньоекономічної діяльності підприємства вимагає порівняння досліджуваного періоду з базовим, що дає можливість сформулювати уявлення про динаміку розвитку. Для цього розраховується група таких показників [30, 31]:

- Індекс вартості, який дає можливість оцінити зміни у виробництві у досліджуваному році, відносно базового:

$$I_{\text{варт.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i.1} \times P_{i.1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i.0} \times P_{i.0}}, \quad (1.6)$$

де $P_{i.1}$ та $Q_{i.1}$ – ціна та кількість певного товару в досліджуваному році;

$P_{i.0}$ та $Q_{i.0}$ – ціна та кількість певного товару в базовому році;

n – кількість товарів.

- Індекс цін – вказує на зміни ціни:

$$I_{\text{ц.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i.1} \times P_{i.1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i.1} \times P_{i.0}}, \quad (1.7)$$

де $P_{i.1}$ та $Q_{i.1}$ – ціна та кількість певного товару в досліджуваному році;

$Q_{i.0}$ – кількість певного товару в базовому році;

n – кількість товарів.

- Індекс фізичного обсягу – вказує наскільки зміниться вартість обсягу за умови незмінності ціни:

$$I_{\text{об.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i.1} \times P_{i.0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i.0} \times P_{i.0}}, \quad (1.8)$$

де $Q_{i.1}$ – кількість певного товару в досліджуваному році;

$P_{i.0}$ та $Q_{i.0}$ – ціна та кількість певного товару в базовому році;

n – кількість товарів.

- Індекс кількості – відображає співвідношення між звітним та базовим періодами:

$$I_k = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i,1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i,0}}, \quad (1.9)$$

де $Q_{i,1}$ – кількість певного товару в досліджуваному році;

$Q_{i,0}$ – кількість певного товару в базовому році;

n – кількість товарів.

- Індекс структури – розраховується для однорідних груп товарів:

$$I_{\text{струк.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i,1} \times P_{i,0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i,1} \times \overline{P}_{i,0}}, \quad (1.10)$$

де $P_{i,0}$ – ціна та кількість певного товару в базовому році;

$Q_{i,1}$ – кількість певного товару в досліджуваному році;

$\overline{P}_{i,0}$ – середня ціна i -го товару в базовому році;

n – кількість товарів.

Середня ціна товару знаходиться за формулою:

$$\overline{P}_{i,0} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i,0} \times P_{i,0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i,0}}. \quad (1.11)$$

Якщо індекс структури більший одиниці, то ми можемо стверджувати, що в структурі товарів переважають дорога продукція, а частка дешевших зменшилася. Відповідно, якщо результати обрахунків менші 1, то частка продукції нижчої вартості переважає за рахунок дороговартісних.

Взаємозалежність розглянутої групи показників полягає у тому, що:

1. Зміни індексу вартості найчастіше зумовлені ціною та змінами фізичного обсягу, однак існують й інші фактор впливу;

2. Зміни фізичного обсягу виникають при змінах індексу кількості та індексу структури [30].

У випадку зміни показників, підприємству слід застосувати факторний аналіз, щоб оцінити ступінь впливу окремого фактору на результатів ЗЕД. Фактори, що впливають на діяльність суб'єкта господарювання вже було розглянуто у пункті 1.2. На основі різних груп факторів можна розрахувати факторну модель, яка має вигляд [31]:

$$E = Q \times P \times k, \quad (1.12)$$

де E – експортний виторг;

Q – обсяг товарів, які експортуються;

P – вартість продукції в іноземній валюті;

k – курс іноземної валюти.

У випадку використання факторної моделі доцільно залучати методи ланцюгових підстановок.

Оцінювання ЗЕД також передбачає аналіз коштів, які були вкладено та майбутні вивільнені ресурси. Для оцінки оборотності коштів можна розрахувати коефіцієнт швидкості обігу. За формулою 1.13 [31]:

$$K_{\text{шв.об.}} = \frac{CZ_{\text{екс.}} \times D}{C/V_{\text{екс.}}}, \quad (1.13)$$

де $K_{\text{шв.об.}}$ – коефіцієнт швидкості обігу;

$CZ_{\text{екс.}}$ – середнє значення залишку для експорту;

D – днів у звітному періоді;

$C/V_{\text{екс.}}$ – собівартість продукції, яка експортувалась у звітному періоді.

Коефіцієнт віддачі коштів в ході здійснення експортних операцій:

$$K_{\text{від.}} = \frac{V_{\text{екс.}}}{CZ_{\text{екс.}}} \quad (1.14)$$

де $K_{\text{від.}}$ – коефіцієнт віддачі;

$CZ_{\text{екс.}}$ – середнє значення залишку для експорту;

Ще одним елементом аналізу для оцінки ЗЕД є накладні витрати. Якщо підприємство здійснює експорт продукції, то воно зазнає витрат пов'язаних з логістикою та реалізацією продукції. Залежно від валюти, накладні витрати поділяють на такі групи [31]:

- 1) Затрати у національній валюті;
- 2) Обсяг витрат в іноземній валюті.

Важливість дослідження накладних витрат зумовлена тим, що підприємство завжди прагне мінімізувати свої витрати. Однак існує велика кількість факторів, які впливають на накладні витрати підприємства, а тому потрібно аналізувати їх структуру, обчислювати динаміку та порівнювати результати з конкурентами, а на основі цієї інформації шукати шляхи оптимізації витрат.

На рисунку 1.8 наведено приклади накладних витрат та критерії за якими потрібно проводити оцінку ЗЕД.



Рисунок 1.8 – Структура накладних витрат та критерії їх оцінювання.

Джерело: складено автором на основі [31, 32]

Критерії проаналізовані на рисунку 1.8 значно впливають на величину витрат і ціну продукції, а отже на кінцеві результати діяльності підприємства. Саме тому доцільне впровадження раціональної політики з боку керівників підприємства, задля пошуку найоптимальніших шляхів транспортування продукції, належних умов зберігання, аби уникнути псування товарів, комплексна закупівля послуг з навантаження та розвантаження продукції в одній компанії, щоб зменшити комісійні та інші організаційні виплати.

На основі запропонованих показників оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємство зможе:

1. Формувати стратегічні рішення діяльності підприємства на міжнародному ринку;
2. Знаходити оптимальні шляхи покращення своєї діяльності;
3. Оцінювати результати діяльності, використання ресурсів та негайно регулювати найбільш збиткові або проблемні сфери.

Таким чином, важливо використовувати різні методики оцінювання зовнішньоекономічної діяльності задля комплексного та всебічного аналізу. В свою чергу, правильне та комплексне оцінювання ЗЕД стає певним індикатором для підприємства щодо його подальших дій. А тому оцінювання діяльності підприємства є таким важливим етапом в системі функціонування підприємства.

Висновки до розділу 1

В основі першого теоретико-методологічного розділу було здійснено аналіз розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Досліджено такі аспекти, як сутність, видова структура, розвиток, процес управління та підходи до оцінювання даного виду діяльності.

Сутність зовнішньоекономічної діяльності полягає в економічних та інших видах відносин між суб'єктами господарювання в Україні та з інших країн. Така діяльність може здійснюватися як між окремими країнами, так і організаціями нижчих ланок. А об'єктом ЗЕД виступають продукція та послуги, з якими взаємодіють учасники зовнішньоекономічної діяльності.

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності можливий за умови дотримання усіх принципів, серед яких: загальні, законодавчі та специфічні.

Тривалий період розвитку та становлення поняття, зумовив величезну кількість видів відносин, які охоплює ЗЕД. Найбільш поширеними можуть бути: реалізація продукції, надання послуг, дії з іноземними інвестиціями, партнерство та спільне підприємництво, навчання, обмін тощо.

Для того щоб ЗЕД провадилась згідно усіх правил та норм, її регулювання здійснюється сукупністю тарифних і нетарифних заходів, законів, нормативних актів, документів та угод. Найбільш вживаними нормативами, які здійснюють регулювання в напрямку ЗЕД є: Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Господарських кодекс України, «Хартія економічних прав і обов'язків держави», Біла книга та інші.

Для того щоб забезпечити постійний та безперервний розвиток зовнішньоекономічної діяльності суб'єкти господарювання створюють спеціальні відділи. Які відповідають за процес здійснення ЗЕД та виконують поставлені завдання (наприклад, формування стратегії діяльності, розширення експорту, укладання та дотримання договорів, просування на міжнародних ринках тощо).

Управління зовнішньоекономічною діяльністю, як основний спосіб забезпечення належного розвитку, здійснюється за різними підходами. Найбільш поширеними є історичний, ситуаційний, функціональний та комплексний. У той час методи управління ЗЕД поділяють на адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

У третьому пункті розділу було детально розглянуто методику оцінювання ЗЕД, а також абсолютні, відносні показники та показники структури й ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Під час стимулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно брати до уваги зовнішнє та внутрішнє середовища, оскільки вона є досить чутливою до різних чинників впливу.

Аналіз показав, що підприємство є складною системою, яка складається з великої сукупності відділів, підрозділів та інших складових. А позитивний вплив зовнішньоекономічної діяльності на підприємство можна простежити на всіх його складових елементах, зокрема: технічний розвиток, рівень інноваційності, покращення виробництва, налагодження збутової та логістичної роботи відділів, зміна процесу управління підприємством і трудовим потенціалом, розвиток, навчання кадрів.

Отже, розвиток зовнішньоекономічної діяльності є важливим інструментом для підвищення ефективності діяльності підприємства. Адже успішна її реалізація сприяє поширенню результатів праці на міжнародних ринках, розширення географії діяльності, популяризації та становленню іміджу компанії, здобуттю нових знань та досвіду, міжнародному обміну грошовими ресурсами, розподілу праці та покращенню продукції, залучення іноземних інвестицій, досвіду, доступ до кращої сировини, матеріалів і послуг.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СКЛОРЕСУРС»

2.1 Аналіз господарсько-правових засад діяльності ТОВ «Склоресурс»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Склоресурс» – це українська компанія, яка понад 18 років здійснює модернізоване виробництво оброблення скла та скляних виробів згідно європейських методів та стандартів.

Компанія була заснована в 2006 році, а її торгова марка створена в 2008 році (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Торгова марка ТОВ «Склоресурс»

Джерело: [33]

Коротка характеристика компанії представлена в таблиці 2.1

Таблиця 2.1 – Профіль підприємства ТОВ «Склоресурс»

Критерій	Характеристика
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ «Склоресурс»
Найменування англійською мовою	Limited Liability Company “SKLORESURS”
Організаційно правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Приватна
Дата заснування	18.10.2006
Код ЄДРПОУ	34629505

Продовження табл. 2.1

Розмір статутного капіталу	33 336 844,00 грн
Розмір підприємства	На підприємстві в 2023 році працювало 249 осіб. За статтею 55 Господарського Кодексу України підприємство є середнім за розміром.
Місцезнаходження юридичної особи	Україна, 35600, Рівненська обл., місто Дубно, вулиця Семидубська, будинок 105.
Учасники юридичної особи	Кірічук Олександр Михайлович, Кірічук Андрій Михайлович, Навроцький Бенжамін Веніамін, Романов Андрю, Мельничук Олексій Іванович
Власність	Основні об'єкти, якими володіє підприємство: - 1 торгова марка - 4 об'єкти нерухомості - 13 земельних ділянок - 2 транспортних засоби в користування - 60 транспортних засобів у власності
Дозволи та ліцензії	Підприємство володіє 5 ліцензіями: 1) Можливість зберігати пальне (тільки для власних потреб або задля промислової переробки) 2) Зберігання ємностей (балонів, контейнерів або цистерн) з стисненим, отруйним, зрідженим, інертним і вибухонебезпечним газом. А також їх наповнення, вивільнення та ремонт (роботи пов'язані зі зварювання, наплавні та газополум'яні). 3) Устаткування електричних мереж і станцій, електрообладнання, напруга якого понад 1000 В 4) Робота в діючій електроустановці з напругою більше 1000 В, а також в зонах де є дія струму з високою частотою 5) Перевезення пасажирів (внутрішнє) автобусами

Джерело: складено автором на основі [33], [34]

Згідно класифікатора видів діяльності основним напрямком діяльності підприємства є 23.12 «Формування та оброблення листового скла». Однак, очевидно, що компанія здійснює діяльність в інших напрямках, серед них можемо виділити такі види за КВЕД [33]:

- 22.23 Виробництво будівельних виробів із пластмас.
- 46.69 Оптова торгівля іншими машинами та устаткуванням.
- 46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням.
- 46.75 Оптова торгівля хімічними продуктами.
- 47.99 Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами.

- 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.
- 49.41 Вантажний автомобільний транспорт.

Формула успіху ТОВ «Склоресурс» полягає в тривалій, наполегливій та щоденній праці задля удосконалення та досягнення своєї мети, представленої на рисунку 2.2.

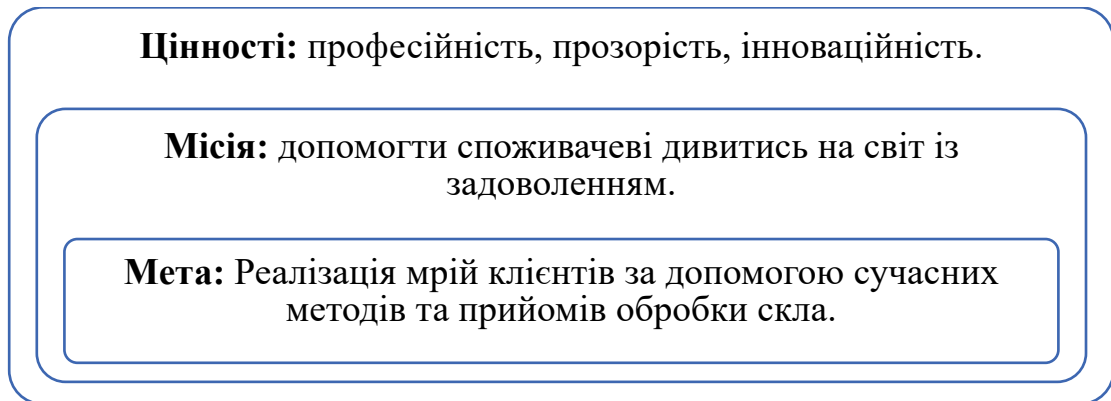


Рисунок 2.2 – Візія ТОВ «Склоресурс»

Джерело: складено на основі власних досліджень автора

Тепер важливо дослідити особливості діяльності підприємства, щоб зрозуміти процес його функціонування.

Аналіз ТОВ «Склоресурс» розпочнемо з дослідження процесу виробництва та складових обладнання, за допомогою якого відбувається виготовлення кінцевої продукції [35]:

1. Сировина, яка надходить на підприємство, зберігається на складі. Його місткість понад 3300 т скла, він оснащений автоматизованою системою переміщення, складання та зберігання джамбо-скла, що унеможливорює пошкодження, розбиття або псування.
2. Сертифікована лабораторія, необхідність якої полягає в постійному аналізі та дослідженні якості сировини та матеріалів. Також, по завершенню виробництва, проводиться перевірка та тестування готової продукції.
3. Оскільки підприємство закупає скло великих розмірів (джамбо-скло), то процес виробництва неможливий без автоматизованих систем його розрізання. На підприємстві є дві лінії Lisec, які можуть розрізати скло розміром 3200x6000мм, а також його транспортувати та складати. Особливість цього

обладнання в тому, що воно також оснащено функціями знаття м'якого покриття та порізкою ламінованого скла.

4. Важливим етапом у виробництві є саме оброблення скла, яке може включати його притуплення, полірування, шліфування та оброблення його країв. Для цього ТОВ «Склоресурс» оснащено таким обладнанням як Deltaprogetti, Forel, Doubl edger.

5. Наступним етапом відбувається складання склопакетів, для цього підприємство використовує дві автоматизовані лінії, які володіють додатковими функціями газонаповнення, герметизацією з використанням полісульфіду, силікону та поліуретану. Максимальний розмір склопакетів до 2700x5000мм.

6. Для виготовлення сучасних видів міцного скла, необхідним є процес його гартування. Для гартування скла до 3300x6000 мм на підприємстві встановлена піч North Glass, яка оснащена одночасно нижньою та верхньою конвенціями.

7. Створення унікального скла можливе шляхом його емалювання. Лінія INO jambocoater служить для створення унікального дизайну на склі до 2200 мм керамічною фарбою та забезпечення процесу сушіння. Також можливе нанесення шовкографії на скляну продукцію.

8. Багатошарове скло або тримплекс – це надійний та міцний матеріал, який виготовляється шляхом з'єднання кількох шарів скла та їх ламінуванням. Для цього етапу виробнича лінія підприємства оснащення 4 печами Pujol.

9. Досить часто в інтер'єрі, фасадних рішеннях або у виробництві автомобілів необхідне саме гнуте скло. Для того, щоб забезпечити своїх споживачі унікальними видами продукції, на підприємстві є система, яка дає можливість виготовляти гнуті склопакети (одно або двокамерні розміром до 3000 мм на 4500 мм), а також гнуте моноскло, радіус якого знаходиться в межах 900 мм - 18000 мм.

10. Піскоструменева обробка або матування скла – це один із варіантів створення особливого виробу шляхом додання візерунків або малюнку на скло чи дзеркало.

11. На підприємстві є спеціальний принтер «Vitro-Jet» за допомогою якого здійснюється друк на склі. Використовуючи цифрові технології, можливий повнокольоровий друк на склі з використанням керамічної фарби (максимальний розмір друку 2800мм на 6000мм).

12. Далі відбувається тестування готової продукції методом «Heat Soak Test», основним завданням цього етапу є виявлення домішок сульфиду нікелю. Цей етап є важливим процесом у ході виготовлення гартованого скла, оскільки дає можливість уникнути самовільного руйнування згодом готової конструкції.

13. Складання, пакування та транспортування готової продукції теж здійснюється спеціалістами ТОВ «Склоресурс», що сприяє вчасній та якісній доставці замовлення в потрібне місце.

Таким чином, як вже було згадано вище ТОВ «Склоресурс» виготовляє унікальну продукцію залежно від побажань та потреб споживачів. Найбільшим попитом користуються такі види продукції, як склопакети та моноскло представлені на рисунку 2.3



Рисунок 2.3 – Основні види продукції ТОВ «Склоресурс»

Джерело: [36]

При цьому на підприємстві представлена велика кількість видів склопакетів: сонцезахисні, енергозберігаючі, мультифункціональні, звукоізоляційні, гнуті, з додатковими функціями (підігріву, друку, smart-тримплексу).

Моноскло виготовляється за такими категоріями: гнуге, тримплексе, скло з елементами друку, емальоване скло, матоване (яке пройшло обробку струменем піску) [36].

Варто зауважити, що вся продукція є високоякісною, безпечною та інноваційною, оскільки її перевірку здійснює німецький інститут IFT Rosenheim.

Широкий асортимент продукції зумовив велику кількість успішних проєктів, яку реалізувала компанія. Лише за 2021-2024 роки портфоліо проєктів ТОВ «Склоресурс» налічує наступні: кампуси Unit B4, Unit B06 ЖК Taryan Towers, бізнес центр «Magnet», ЖК «Be the one» у м. Київ, офісний центр, ЖК Парус Сіті, Замок Лева, Зимна Вода, бізнес центр «Kristal Plaza» у м. Львів, ресторан «Forest», Відпустовий центр блаженного Симеона Лукача в с. Старуня, грально-розважальний комплекс «Узлісся» у с. Стрілки, бізнес центр «К 15» та торгово-розважальний центр у м. Тернопіль, торговий центр у м. Рівне [37].

Велике виробництво та широкий спектр діяльності компанії, зумовили наявність великої кількості партнерів, серед яких переважно іноземні: Saint-Gobain, Sika, Rosenheim IFT, Skill Glass, Bystronic, Benteler, Forel, TMB Torgauer Maschinenbau, NorthGlass, HOVA, Cefic, TECGLASS, FPE FRATELLI PEZZA, DOW CORNING, VITROSEP, HEGLA, Officine Mistrello, Gualos, Barbaric, Sisecam, EUROGLAS, INO, TECHNOFORM, AGC, GUARDIAN GLASS, LISEC, PILKINGTON, FENZI [34].

Однією з найважливіших складових успішного виробництва є працівники. Організаційна структура ТОВ «Склоресурс» представлена в додатку А. Однак важливо ще дослідити стан трудових ресурсів на підприємстві (таблиці 2.2 – 2.4).

Таблиця 2.2 – Чисельність персоналу та структура за статтю

Показники	Роки			Структура, %		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Середньооблікова чисельність працівників (осбі) у т.ч.:	278	278	249	1	1	1
жінки	48	49	42	17%	18%	17%
чоловіки	230	229	207	83%	82%	83%

Джерело: складено на основі власних досліджень автора

Таблиця 2.3 – Розподіл персоналу за рівнем кваліфікації ТОВ «Склоресурс»

Показники	Роки			Структура, %		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
К-сть працівників на підприємстві (осіб) у т.ч.:	278	278	249	100%	100%	100%
Керівник/начальник	27	25	26	10%	9%	10%
Працівники	251	253	223	90%	91%	90%

Джерело: розраховано на основі власних досліджень автора

Виходячи з напрямку діяльності ТОВ «Склоресурс», стає очевидним, що на підприємстві у структурі працівників переважають чоловіки. У 2023 році на ТОВ «Склоресурс» працювало 42 жінки, переважно як адміністративний персонал.

Поділ виробництва на цехи та підрозділи зумовив наявність начальників та керівників на кожній виробничій дільниці (до 10% від загальної чисельності).

З однієї сторони підприємство намагається автоматизувати деякі процеси виробництва, купуючи сучасне та високотехнологічне обладнання, а з іншого боку на значне скорочення чисельності персоналу в 2023 році (на 29 осіб відносно 2022 року), вплинула повномасштабна війна, міграційні процеси та мобілізація.

Таблиця 2.4 – Показники щодо плинності кадрів на підприємстві

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022 до 2021	2023 до 2022
Середньоспискова чисельність працівників (Чсеред), осіб	278	278	249	0	-29
Чисельність прийнятих працівників (Чпр), осіб	5	7	2	2	-5
Чисельність працівників, що звільнились (Чзв.), осіб	5	7	31	2	24
Число звільнених працівників за власним бажанням (Чзв в б.), осіб	-	-	-	-	-
Число звільнених працівників за порушення трудової дисципліни (Чзвлор.тр.д.), осіб	3	-	-	-	-
Чисельність працівників, що значаться в списковій чисельності за весь звітний період (Чпост), осіб	268	264	216	-4	-48
Коефіцієнт плинності кадрів (К плн)	0,02	0,03	0,12	0,01	0,10
Коефіцієнт вибуття кадрів (К в.к.)	-	-	-	-	-
Коефіцієнт стабільності кадрів (К с.к.)	1,0	0,9	0,9	-0,01	-0,08

Джерело: розраховано на основі власних досліджень автора

Інформація про звільнених працівників та випадки порушення трудової дисципліни – це комерційна таємниця підприємства, тому без них неможливо розрахувати коефіцієнт вибуття кадрів.

Коефіцієнт стабільності кадрів наближений до 1, відповідно на підприємстві низька плинність кадрів. Це є хорошими результатами та показником того, що працівники залишаються на своєму робочому місці протягом тривалого часу.

Також варто додати, що ТОВ «Склоресурс» регулярно проводить навчальні семінари «Скло в сучасній архітектурі». Структура семінару є наступною [38]:

- Загальна інформація про ТОВ «Склоресурс»;
- Демонстрація технологічних доробок та презентація продукції;
- Докладний аналіз властивостей та особливостей скла.

Ці заходи спрямовано на навчання та підвищення кваліфікації працівників, які працюють на виробництві.

На основі цих факторів можна сказати, що на підприємстві створені всі умови для забезпечення ефективної роботи працівників. А керівництво підприємства докладає значних зусиль для створення сприятливого робочого середовища для кадрів навіть в кризових та важких умовах.

Узагальнені показники, якими можна охарактеризувати господарську діяльність компанії, наведено на рисунку 2.4.

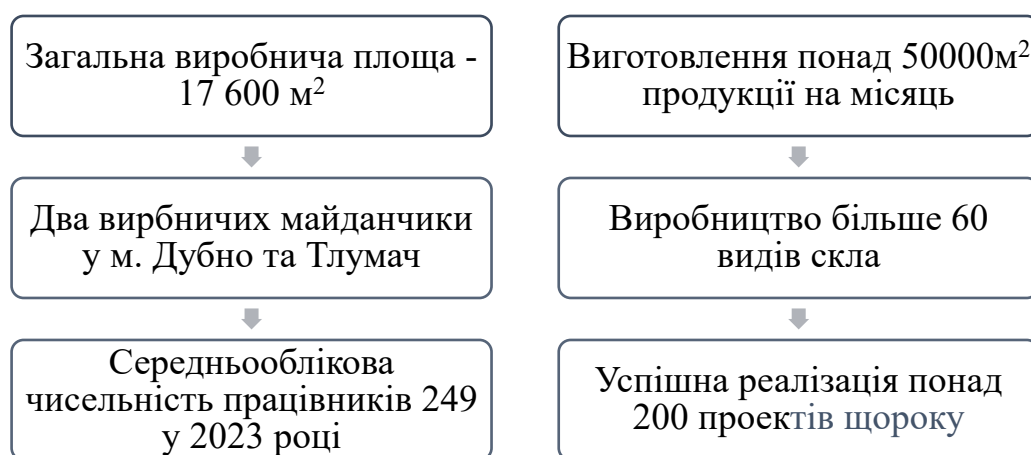


Рисунок 2.4 – Загальна характеристика ТОВ «Склоресурс»

Джерело: складено автором на основі [34]

Таким чином, підсумовуючи матеріал, викладений у даній частині розділу, можна припустити, що ТОВ «Склоресурс» є успішним суб'єктом господарювання не тільки на внутрішньому ринку, а й за кордоном. Рисунок 2.4 містить основну інформацію щодо успішності компанії, широкого асортименту продукції та великих виробничих потужностей у власності.

Аналіз трудових ресурсів та результати обрахунків показників свідчать про досить ефективну кадрову політику та хорошу корпоративну культуру.

Для того, щоб оцінка підприємства була більш комплексною, доцільно провести економічний аналіз та оцінити результативність діяльності підприємства (пункт 2.2).

2.2 Економічний аналіз ефективності господарської діяльності ТОВ «Склоресурс»

Комплексну оцінку ефективності господарської діяльності ТОВ «Склоресурс» слід розпочати з аналізу основних техніко-економічних показників за 2021-2023 роки.

Таблиця 2.5 – Основні техніко-економічні показники ТОВ «Склоресурс»

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Обсяг виробленої продукції, м ²	480000	540000	600000	60000	60000
Обсяг виробленої продукції, тис. грн	333994,07	482744,16	460517,4	148750,09	-22226,72
Обсяг реалізованої продукції, м ²	441600	486000	552000	44400	66000
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	634646	543642	719191	-91004	175549
Витрати на виробництво і реалізацію продукції, тис. грн	565413	484875	614002	-80538	129127
Прибуток до оподаткування, тис. грн	65506	32152	85609	-33354	53457
Чистий прибуток тис. грн	53714	26364	70199	-27350	43835
Рентабельність виробництва, %	9,50	5,44	11,43	-4,06	6,00

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

На основі таблиці 2.5 можна сказати, що робота ТОВ «Склоресурс» є досить ефективною. За досліджуваний період простежується зростання обсягів виробництва, тому в 2023 році підприємство виготовило приблизно 600000 м² скла. При цьому, у вартісному вираженні обсяг виробленої продукції менший, відносно 2022 року (через підвищення собівартості в 2022 році через зміну постачальників та іншими негативними факторами).

Для оцінки ефективності діяльності було розраховано показник рентабельності виробництва, який становить 11,43% - що є досить хорошим результатом. У 2021 році показник був 9,5%, а в 2022 році через початок війни і низький рівень прибутку становив лише 5,44%.

Тепер оцінимо виробничу програму діяльності підприємства, яка складається з усіх можливих видів діяльності, для цього потрібно проаналізувати структури витрат, доходів та показників прибутковості (таблиці 2.6-2.8).

Таблиця 2.6 – Структура доходів за основними видами діяльності ТОВ «Склоресурс»

Показник	Роки			Структура, %		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Дохід від операційної діяльності, тис. грн	648623	559023	735415	99,89	99,75	99,87
Дохід від фінансової діяльності, тис. грн	17	87	426	0,0026	0,0155	0,0579
Інші доходи, тис. грн	683	1306	541	0,11	0,23	0,07
Всього доходів, тис грн	649323	560416	736382	100	100	100

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Найбільшу частину доходів підприємство отримує від операційної діяльності. Структура доходів за 2021-2023 рр. змінювалася незначно: дохід від операційної діяльності зріс від 99,75% в 2022 році, до 99,87% в 2023.

У структурі доходів спостерігається зростання частки надходжень від фінансової діяльності – до 0,06% та одночасне скорочення частки інших – до 0,07% в 2023 році.

Тепер розглянемо структуру витрат за основними видами діяльності ТОВ «Склоресурс».

Таблиця 2.7 – Структура витрат за видами діяльності ТзОВ "Склоресурс"

Показник	Роки			Структура, %		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Витрати від операційної діяльності, тис. грн	568550	512922	628580	99,10	99,17	99,46
Витрати від фінансової діяльності, тис. грн	5183	4291	3385	0,90	0,83	0,54
Інші витрати, тис. грн	0	0	0	0,00	0,00	0,00
Всього витрат, тис грн	573733	517213	631965	100	100	100

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Інвестиційна діяльність підприємства виражається через участь в частці статутного капіталу іншого підприємства, а тому підприємство не несло інших витрат за період 2021-2023 роки.

Частка витрат пов'язаних з провадженням фінансової діяльності була незначною і скорочувалася від 0,9% (в 2021 році) до 0,54% в 2023 році.

Обсяг операційних витрат, який складається з витрат на збут, собівартості реалізованої продукції та інших операційних витрат, зростав протягом досліджуваного періоду і в 2023 році становив найбільше – 628580 тис. грн або 99,46% від всіх витрат підприємства.

Таблиця 2.8 – Показники прибутковості за видами діяльності ТзОВ "Склоресурс"

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Прибуток від операційної діяльності, тис. грн	69989	35050	88027	-34939	52977
Прибуток від фінансової діяльності, тис. грн	-5166	-4204	-2959	962	1245
Прибуток від участі в капіталі, тис. грн	683	1306	541	623	-765
Прибуток, тис. грн	65506	32152	85609	-33354	53457

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Ще одним критерієм оцінювання техніко-економічних показників є дослідження рівня прибутку від розглянутих видів діяльності. У відповідності до таблиць 2.6 та 2.7, найбільший прибуток ТОВ «Склоресурс» отримало від операційної діяльності. При цьому за досліджуваний період результати показника мали хвилеподібну тенденцію та найбільшого значення досягли в 2023 році – 88027 тис. грн.

У цей же час підприємство мало збитки внаслідок провадження фінансової діяльності. Прибуток від участі в капіталі не мав визначеної тенденції, однак в 2023 році досяг найменшого значення (541 тис. грн).

На основі проведеного аналізу, ми бачимо, що найвищі показники діяльності підприємство має від здійснення операційної діяльності, а саме: оброблення скла, виробництво склопакетів та фасадного скла.

Наступним етапом комплексної оцінки є аналіз майнового стану підприємства, який доцільно почати з розгляду основних засобів.

Таблиця 2.9 – Структура основних фондів ТОВ «Склоресурс»

Показники	Роки			Структура, %		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Невиробничі основні фонди, тис. грн.	231	231	231	0,1%	0,1%	0,1%
Основні виробничі фонди, (тис. грн.) у т.ч.:	359490	443720	481603	99,9%	99,9%	100,0%
а) земельні ділянки;	914	752	752	0,3%	0,2%	0,2%
б) капітальні витрати на поліпшення земель	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%
в) будівлі, споруди, та передавальні пристрої;	41562	90934	98103	11,6%	20,5%	20,4%
г) машини та виробниче обладнання;	258092	266363	287668	71,8%	60,0%	59,7%
д) транспортні засоби;	54766	81515	90924	15,2%	18,4%	18,9%
е) інструменти, прилади, інвентар (меблі)	2796	2796	2796	0,8%	0,6%	0,6%
ж) інші основні засоби	1360	1360	1360	0,4%	0,3%	0,3%
Всього основних фондів, тис. грн.	359721	443951	481834	100%	100%	100%

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Перш за все, варто звернути увагу, що невиробничі фонди підприємства були незмінними і становили 231 тис. грн, а у відсотковому відношенні це 0,01%.

У структурі основних фондів основну частку займали машини та виробниче обладнання (частка яких скоротилася з 71,8% до 59,7% у 2023р.), будівлі, споруди та передавальні пристрої (їх величина у структурі стрімко зростає з 11,6% в 2021 році до 20,4% в 2023) та транспортні засоби (частка яких знаходилась на рівні 18,9% в останній рік).

Для того, щоб оцінка стану основних засобів була більш змістовною та обґрунтованою необхідно розрахувати ряд показників, наведених в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 – Аналіз ефективності використання та майнового стану ОЗ підприємства.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022 до 2021	2023 до 2022
Обсяг реалізованої продукції (ВП), тис. грн.	634646	543642	719191	-91004	175549
Вартість основних фондів на початку року (Ф п.р), тис. грн.	275676	359490	443720	83814	84230
Вартість введених в експлуатацію основних фондів у звітному періоді (Ф введ.), тис. грн.	88796	100518	45830	11722	-54688
Вартість виведених з експлуатації основних фондів у звітному періоді (Ф вив), тис. грн.	1546	9054	4246	7508	-4808
Вартість основних фондів на кінець року (Ф кін.р), тис.грн.	359490	443720	481603	84230	37883
Середньорічна вартість основних фондів (Фсер.річ.), тис. грн.	362926	450954	485304	88028	34350
Прибуток підприємства до оподаткування, тис. грн.	65506	32152	85609	-33354	53457
Фондовіддача (Фвід.)	1,75	1,21	1,48	-0,54	0,28
Фондомісткість (Фм)	0,57	0,83	0,67	0,26	-0,15
Рентабельність ОФ (R ОФ), %	18,0	7,1	17,6	-10,9	10,5
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,355	0,418	0,520	0,062	0,102
Коефіцієнт придатності осн. засобів	0,645	0,582	0,480	-0,062	-0,102

Продовження табл. 2.10

Питома вага активної частини основних засобів	0,870	0,784	0,786	-0,086	0,002
Коефіцієнт виведення (К вивед. ОФ)	0,006	0,025	0,010	0,020	-0,016
Коефіцієнт оновлення (введення) (К онов. ОФ)	0,247	0,227	0,095	-0,020	-0,131
Коефіцієнт інтенсивності оновлення основних фондів (К інтенс. онов ОФ)	57,436	11,102	10,794	-46,334	-0,308
Коефіцієнт приросту основних фондів (К приросту ОФ)	0,243	0,206	0,086	-0,037	-0,120

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Фондомісткість, яка є маркером обсягу інвестованих у виробництво коштів на одиницю продукції. Для ТОВ «Склоресурс» вона скоротилась в 2023 році на 0,15 і була на рівні 0,67. Фондовіддача є оберненим показником до попереднього, відповідно, в 2023 році зросла та становила 1,48. А тому, справедливим є висновок про ефективну експлуатацію ОЗ, тобто частина готової продукції, яка виготовляється на одиницю основних фондів зросла.

Важливим є аналіз рентабельності основних фондів, оскільки на його основі можна оцінити обсяг прибутку отриманого від вартості основних засобів. У 2023 році показник зріс на 10,5% та становив 17,6%, а це є ознакою зростання прибутку.

Коефіцієнт інтенсивного оновлення значно скоротився, адже в 2021 році становив 57,44, що свідчить про модернізацію обладнання без виведення з експлуатації всього старого.

На основі проведеної оцінки, можна сказати, що основні засоби підприємства активно використовують у виробництві, а розрахунок абсолютного відхилення показав зростання вартості основних фондів, безперервне введення в експлуатацію нових та помірне виведення з виробництва застарілого обладнання, підтвердженням цього є перевищення коефіцієнту оновлення над коефіцієнтом виведення.

Ще одним аспектом оцінки ефективної діяльності ТОВ «Склоресурс» є вивчення стану матеріальних ресурсів.

Таблиця 2.11 – Аналіз забезпеченості виробничими запасами ТОВ
«Склоресурс»

Показники	Роки			Структура, %		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Всього запасів (тис. грн.) у т.ч.:	109802	119338	131454	100	100	100
Виробничі запаси	106046	116554	128708	96,6	97,7	97,9
Готова продукція	1176	1429	1800	1,1	1,2	1,4
Незавершене виробництво	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Товари	2580	1355	946	2,3	1,1	0,7

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Виробничі запаси в структурі запасів займають найбільшу частку – 97,9% в 2023 році. За досліджуваний період на підприємстві відсутнє незавершене виробництво. А частина готової продукції становить від 1,1% у 2021 році до 1,4% в 2023.

Для того, щоб оцінити рівень використання виробничих запасів, слід розрахувати коефіцієнт оборотності виробничих запасів (табл. 2.12)

Таблиця 2.12 – Рівень використання виробничих запасів

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022 до 2021	2023 до 2022
Собівартість реалізованої продукції (С/В), тис. грн.	525673	449788	565162	-75885	115374
Середня вартість виробничих запасів (3 серед. річ.), тис. грн.	83220	111300	122631	28080	11331
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів (Кобор.об.з.)	6,32	4,04	4,61	-2,28	0,57

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Показник оборотності виробничих запасів мав тенденцію до скорочення, тобто на підприємстві зменшилося число оборотів товарно-матеріальних запасів за аналізований період від 6,32 до 4,61 в 2023 році.

На основі розрахованих показників та аналізу можна стверджувати, що підприємство має раціональну політику щодо управління запасами.

Фінансовий аналіз діяльності прийнято розпочинати з оцінки показників ліквідності та платоспроможності.

Таблиця 2.13 – Оцінка показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «Склоресурс»

Показники	Роки			Нормативне значення	Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023		2022 до 2021	2023 до 2022
Поточні активи (тис. грн.)	367731	257460	401853		-110271	144393
Поточні зобов'язання (тис. грн.)	398798	291855	401759		-106943	109904
Виробничі запаси (тис. грн.)	106046	116554	128708		10508	12154
Грошові кошти (тис. грн.)	12969	364	1758		-12605	1394
Найбільш термінові зобов'язання (тис. грн.)	398798	291855	401759		-106943	109904
Швидколіквідні актив (тис. грн.)	177027	86849	206208		-90178	119359
Короткострокові кредити банків (тис. грн.)	0	0	0		0	0
Повільноліквідні активи (тис. грн.)	106046	116554	128708		10508	12154
Довгострокові кредити банків (тис. грн.)	73530	50124	26679		-23406	-23445
Коефіцієнт поточної ліквідності (К п.л.)	0,922	0,882	1,000	1,5-2	-0,040	0,118
Коефіцієнт швидкої ліквідності (Кш.л.)	0,656	0,483	0,680	0.7-1,5	-0,173	0,197
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (К ал.)	0,033	0,001	0,004	0,2	-0,031	0,003
Коефіцієнт загальної ліквідності балансу	0,317	0,257	0,350	≥ 1	-0,060	0,094

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Для того, щоб сформулювати уявлення щодо тенденції коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності, слід побудувати стовпчасту діаграму (рис. 2.5).

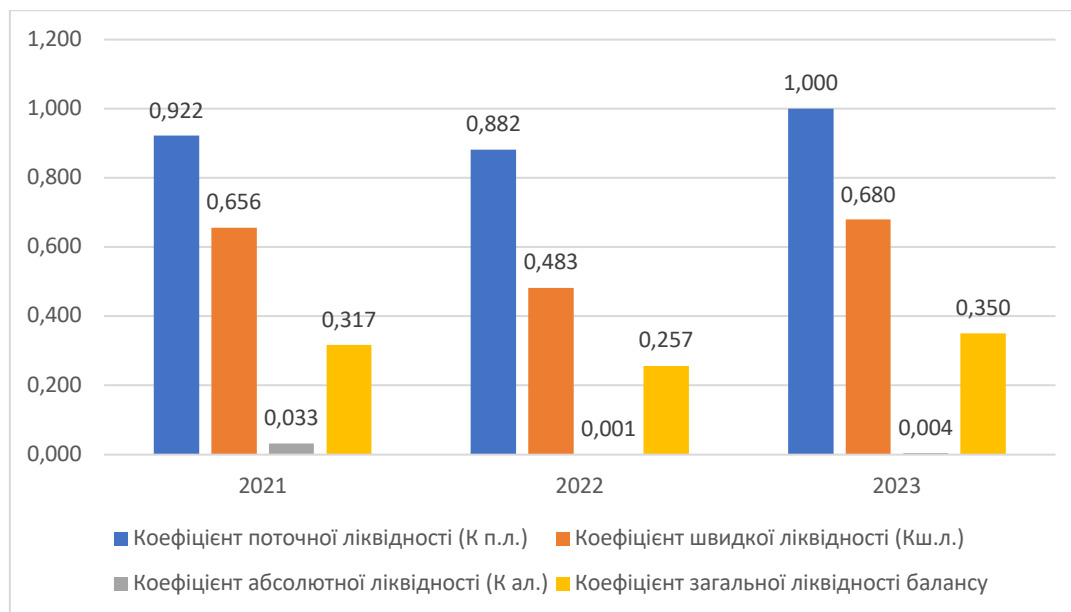


Рисунок 2.5 – Показники ліквідності ТОВ «Склоресурс»

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.13

Аналіз ліквідності та платоспроможності прийнято проводити на основі розрахунку ряду коефіцієнтів та порівняння їх із нормативними значеннями.

Коефіцієнт поточної ліквідності зазвичай повинен знаходитися в межах 1,5-2. Результати розрахунку для досліджуваного періоду наближені до одиниці (зокрема в 2023 році становили 1), що менше нормативного показника, а отже, рівень загального забезпечення ТОВ «Склоресурс» оборотними коштами для здійснення господарської діяльності та вчасного погашення зобов'язань є недостатнім. Таким чином, підприємство на даний час не може погасити наявні зобов'язання.

Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2021 та 2023 роках відповідає нормативному, тому справедливо сказати, що у ТОВ «Склоресурс» є ресурси для погашення зобов'язань використовуючи найбільш ліквідні активи. Хоча, в 2022 році рівень погашення міг бути лише частковим, відповідно слід збільшувати обсяг ліквідних активів.

Показник абсолютної ліквідності не відповідає нормативному значенню (0,2) та мав тенденцію до скорочення. Таким чином, частка поточних зобов'язань, які

суб'єкт господарювання може погасити негайно (без погашення дебіторської заборгованості або ж реалізації продукції) є низькою.

Останнім показником, в межах цього аналізу, був розрахунок загальної ліквідності балансу, нормативне значення цього показника повинне бути на рівні 1 та більше. Результати розрахунків не відповідають нормативним.

Отже, розрахунок рядку показників свідчить, що рівень платоспроможності та ліквідності, досліджуваного суб'єкта господарювання, знаходиться на рівні нижче середнього. Ми можемо стверджувати, що підприємство володіє резервами (це показав коефіцієнт швидкої ліквідності), але на рахунках недостатньо грошових коштів.

Аналіз фінансової стійкості передбачає розрахунок двох основних показників – коефіцієнтів автономії та забезпечення власними оборотними коштами (таблиця 2.14)

Таблиця 2.14 – Показники фінансової стійкості та платоспроможності ТОВ «Склоресурс»

Показники	Роки			Нормативне значення	Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023		2022 до 2021	2023 до 2022
Власний капітал (тис. грн.)	165558	191922	212012		26364	20090
Вартість майна (тис. грн.)	647402	535446	641007		-111956	105561
Необоротні активи (тис. грн.)	279671	277986	239154		-1685	-38832
Коефіцієнт автономії (К авт.)	0,256	0,358	0,331	0,6	0,103	-0,028
ВОК, тис. грн.	-114113	-86064	-27142	-	28049	58922
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами (К заб.ВОК)	-0,310	-0,334	-0,068	0,1	-0,024	0,267

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

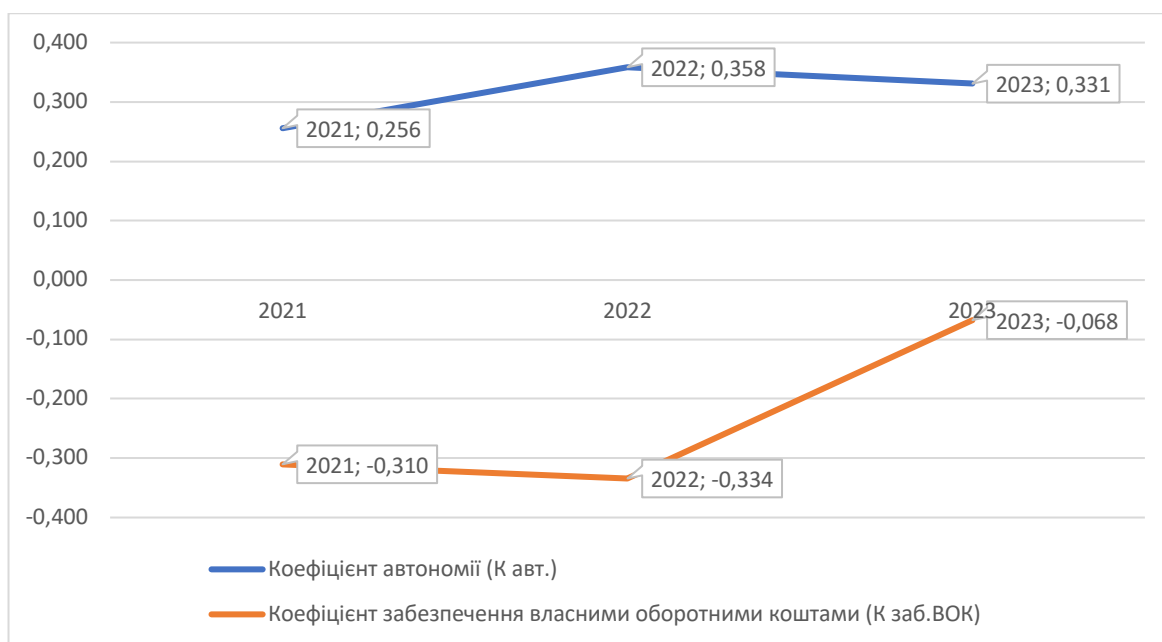


Рисунок 2.6 – Показники фінансової стійкості ТОВ «Склоресурс»

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.14

Коефіцієнт автономії мав тенденцію до скорочення в 2023 році, відносно попереднього року, і становив 0,331. Цей показник показує ступінь фінансової залежності ТОВ «Склоресурс» від інших суб'єктів та зовнішніх джерел фінансування. Оскільки частка власного капіталу підприємства в структурі фінансових джерел коливалась від 25,6% до 35,8%. У той час, як нормативне значення – 0,5.

ВОК або власний оборотний капітал – це різниця між власним капіталом і основними фондами підприємства. Для ТОВ «Склоресурс» цей показник був від'ємним протягом усього досліджуваного періоду. Однак, слід відмітити скорочення розриву між вартістю необоротних активів та власним капіталом. На основі результатів розрахунку ВОК, було отримано від'ємне значення коефіцієнту забезпечення власними оборотними коштами. Цей аспект є негативним та вказує на недостатню кількість власних ресурсів підприємства, щоб забезпечити його фінансову стійкість.

Оскільки розрахунок показників не відповідав нормативам, ми можемо припустити, що фінансова стійкість підприємства знаходиться на низькому рівні.

Ще одним елементом комплексної оцінки фінансового стану підприємства є розрахунок показників ділової активності.

Таблиця 2.15 – Аналіз ділової активності ТОВ «Склоресурс»

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022 до 2021	2023 до 2022
Чиста виручка (тис. грн)	634646	543642	719191	-91004	175549
Середньорічна вартість активів (тис. грн)	495848	591424	588227	95577	-3198
Поточні активи (тис. грн)	367731	257460	401853	-110271	144393
Середньорічна сума дебіторської заборгованості (тис. грн)	106597	138638,5	155039	32042	16401
Середньорічна сума кредиторської заборгованості (тис. грн)	263333	345326,5	346852,5	81994	1526
Коефіцієнт оборотності активів	1,280	0,919	1,223	-0,361	0,303
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,726	2,112	1,790	0,386	-0,322
Коефіцієнт оборотності ДЗ	5,954	3,921	4,639	-2,032	0,717
Коефіцієнт оборотності КЗ	2,410	1,574	2,073	-0,836	0,499
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості (днів)	61	93	79	32	-14
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості (днів)	151	232	176	80	-56

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Оцінка абсолютних показників свідчить про підвищення рівня ділової активності підприємства. Адже такі показники, як чиста виручка, поточні активи та середньорічна вартість активів мали тенденцію до зростання і в 2023 році досягли найвищих значень.

Сума кредиторської заборгованості є негативним показником для підприємства, а її зростання було незначним (на 1526 тис. грн в 2023 році).

Розрахунок відносних показників свідчить про наступне:

1. Показник оборотності активів є індикатором, наскільки швидко відбувається оборот сукупного капіталу, тобто кількість повного циклу виробництва та обігу за досліджуваний період, який приносить відповідний ефект

у вигляді прибутків. Ми бачимо, що після спаду в 2022 році показник покращився у 2023 році, становив 1,22.

2. Наступним є коефіцієнт оборотності оборотних активів, який в 2023 році дещо скоротився до 1,79. Це свідчить про зростання чистої виручки менш інтенсивно у порівнянні з обсягом оборотних активів.

3. Коефіцієнти оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості прийнято оцінювати на основі розрахунку тривалості одного обороту заборгованостей (рисунок 2.7).

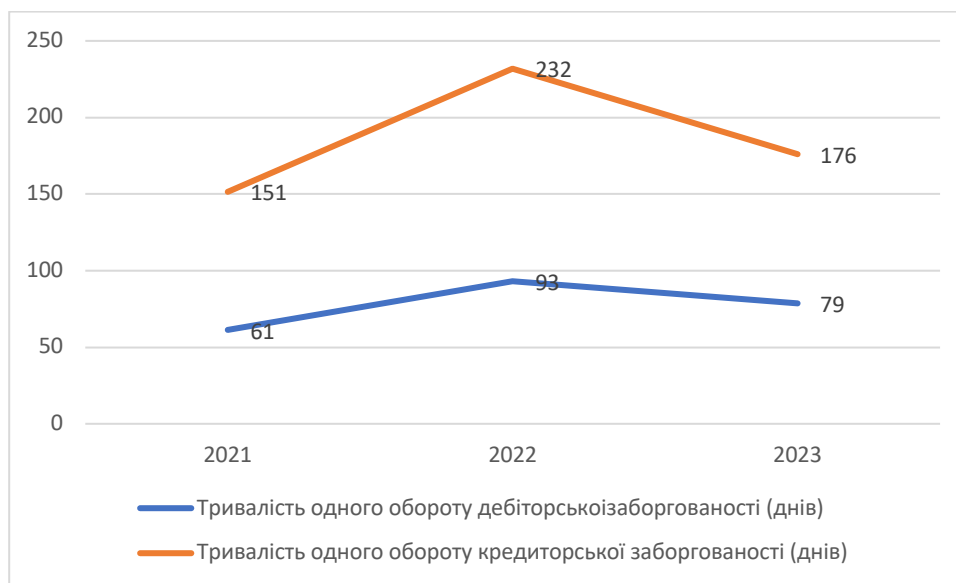


Рисунок 2.7 – Тривалість одного обороту кредиторської та дебіторської заборгованостей ТОВ «Склоресурс»

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.15

З рисунку 2.7 ми бачимо хвилеподібний характер досліджуваних показників. Тривалість обороту дебіторської заборгованості скоротилася на 14 діб і становила 79 днів у 2023 році. А тривалість одного обороту кредиторської заборгованості зменшилась на 56 діб і, в останній аналізований рік, становила 176 діб. Нормативним вважається значення на рівні 7-15 днів для цих показників.

Таким чином, ми бачимо, що розраховані дані не відповідають нормативним, а підприємство за своїми зобов'язаннями розраховується значно довше, ніж дебітори. Це в свою чергу негативно впливає на рівень ділової активності підприємства.

Завершальним етапом аналізу ефективності та результатів діяльності підприємства є оцінка його рентабельності. Для цього було проаналізовано сукупність показників рентабельності, наведених в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16 – Показники рентабельності підприємства

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2021	2022	2023	2022 до 2021	2023 до 2022
Прибуток (тис. грн.)	65506	32152	85609	-33354	53457
Вартість майна (тис. грн.)	647402	535446	641007	-111956	105561
Чистий прибуток (тис. грн.)	53714	26364	70199	-27350	43835
Власний капітал (тис. грн.)	165558	191922	212012	26364	20090
Чиста виручка, (тис. грн.)	634646	543642	719191	-91004	175549
Коефіцієнт рентабельності активів	0,101	0,060	0,134	-0,041	0,074
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,324	0,137	0,331	-0,187	0,194
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,085	0,048	0,098	-0,036	0,049

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

На основі розрахованих показників таблиці 2.16, побудуємо стовпчасту діаграму для кращого порівняння отриманих результатів.

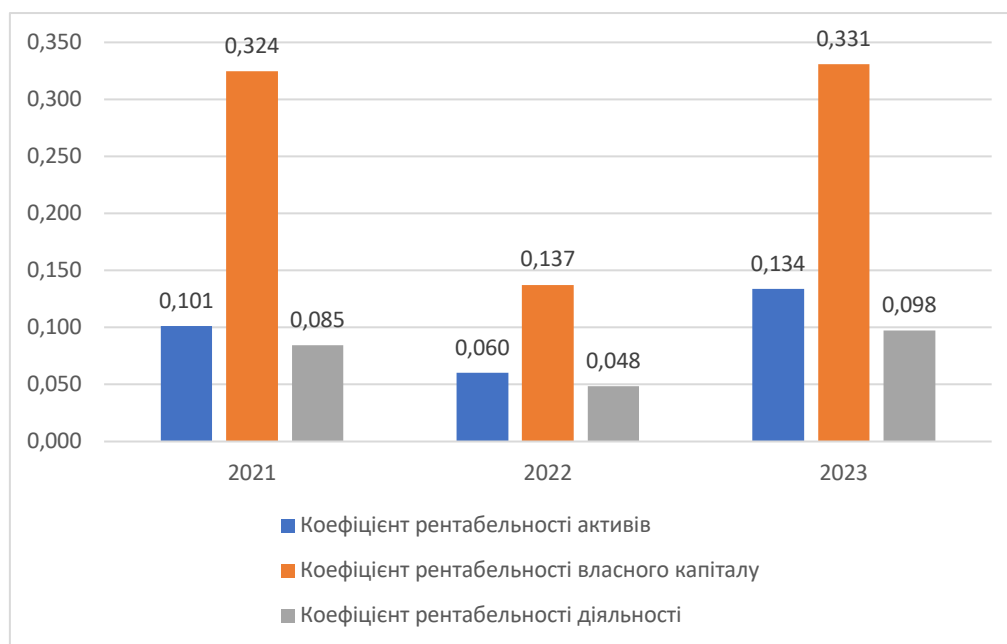


Рисунок 2.8 – Показники рентабельності ТОВ «Склоресурс»

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.16

Розрахунок рентабельності активів показує обсяг прибутків, створених усіма активами, які використовуються підприємством. За досліджуваний період спостерігалося зростання показника, у 2023 році він досяг максимального значення – 13,4%.

Наступним розраховано показник рентабельності власного капіталу, що показує наскільки підприємство є привабливим для інвесторів. Ми бачимо, що показник є найвищим, серед розрахованих. Попри скорочення в 2022 році до 13,7%, підприємству вдалося збільшити свою привабливість в 2023 році, адже рентабельність власного капіталу становила 33,1%, а значить прибутковість власного вкладеного капіталу є високою.

Рентабельність діяльності мала хвилеподібний характер і є найнижчим, серед аналізованих показників (лише 9,8% у 2023 році).

Ще одним елементом аналізу діяльності компанії є оцінка ймовірності банкрутства. Для цього скористаємося моделлю Мартиненка В. П.. Формула розрахунку є наступною [39]:

$$K_{\text{й.б.}} = K_{\text{п.л.}} + 3,33 K_{\text{а}} + 5,71 K_{\text{р.в.к.}}, \quad (2.1)$$

де $K_{\text{п.л.}}$ – коефіцієнт поточної ліквідності;

$K_{\text{а}}$ – коефіцієнт автономії;

$K_{\text{р.в.к.}}$ – коефіцієнт рентабельності власного капіталу.

На основі формули 2.1 та показників 2023 року розрахуємо ймовірність банкрутства ТОВ «Склоресурс»:

$$K_{\text{й.б.}} = 1,0 + 3,33 \times 0,331 + 5,71 \times 0,332 = 4.$$

Розрахунок коефіцієнта ймовірності банкрутства становить 4, що за шкалою значень відповідає середньому рівню ймовірності банкрутства.

Для того, щоб більш детально оцінити цей аспект, слід скористатись іншими моделями та методами, зокрема іноземних науковців. Спочатку проаналізуємо двох факторною моделлю прогнозування ймовірності банкрутства.

Даний метод передбачає взяття до уваги двох показників: коефіцієнт поточної ліквідності та рівень позикових коштів, які мають вагомий вплив на ймовірність банкрутства. Вагові коефіцієнти в моделі визначені емпіричним

методом, а постійна величина, до якої додається результат розрахунку, отримана на основі дослідно-статистичної інформації.

Формула розрахунку є наступною [40]:

$$Z = -0,3877 - 1,0736K_{п.л.} + 0,579 K_{п.з.} , \quad (2.2)$$

де $K_{п.л.}$ – коефіцієнт поточної ліквідності;

$K_{п.з.}$ – питома вага позикових коштів в пасивах підприємства.

Залежно від результатів обрахунку, якщо отриманий показник є від'ємним, то ймовірність банкрутства низька. І навпаки, позитивне значення свідчить про наявність ризику банкрутства.

Проведені обрахунки наведено в таблиці 2.17.

Таблиця 2.17 – Аналіз ймовірності банкрутства за двофакторною моделлю

Показник	Роки		
	2021	2022	2023
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,92	0,88	1,00
Показник питомої ваги позикових коштів в пасивах підприємства	0,74	0,64	0,67
Z	-0,95	-0,96	-1,07

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Оскільки результати розрахунку є від'ємними для всього аналізованого періоду, то можна стверджувати, що ймовірність банкрутства є низькою.

Тож оцінимо стан підприємства та ймовірність фінансової кризи за допомогою зарубіжної методики британського економіста Таффлера. Його модель має такий вигляд [41]:

$$Z = 0,53 X_1 + 0,13 X_2 + 0,18 X_3 + 0,16 X_4 . \quad (2.3)$$

Якщо отримане значення Z більше 0,3, то суб'єкт господарювання має хороші довгострокові перспективи. Якщо ж розраховане значення менше ніж 0,2, то досліджуваному підприємству загрожує банкрутство.

Результати розрахунку наведено в таблиці 2.18.

Таблиця 2.18 – Прогнозування фінансової кризи на ТОВ «Склоресурс»
методикою Таффлера

Показник	Роки		
	2021	2022	2023
$X1 = П/ПЗ;$	0,16	0,11	0,21
$X2 = ПА/ПЗ;$	0,92	0,88	1,00
$X3 = ПЗ/ВБ;$	0,62	0,55	0,63
$X4 = ЧД/ВБ,$	0,98	1,02	1,12
Z	0,47	0,43	0,54

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку Б

Отже, розраховані значення перевищують критичний показник 0,3, до того ж в 2023 році розрахований коефіцієнт був найбільшим і становив 0,54. На основі цього, ми можемо припустити, що ТОВ «Склоресурс» має хороші довгострокові перспективи до розвитку та покращення своєї діяльності.

На основі проведених розрахунків в межах цього пункту, справедливий висновок, що ефективність господарської діяльності ТОВ «Склоресурс» знаходиться на середньому рівні, підприємство є прибутковим та має високий потенціал до розвитку в довгостроковій перспективі.

2.3 Оцінювання рівня розвитку зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «Склоресурс»

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим та пріоритетним напрямком для тих підприємств, які прагнуть розширити свої ринки збуту, підвищити рівень прибутку, сформувати імідж компанії на міжнародній арені та мінімізувати ризики і залежність від внутрішнього ринку. Тому, стає очевидним, що аналіз стану ЗЕД на підприємстві є дуже важливим елементом комплексної оцінки, на основі якого можна проаналізувати проблеми, загрози та шляхи їх подолання, а також виявити можливості для розвитку.

Діяльність ТОВ «Склоресурс» у напрямку зовнішньоекономічної діяльності здійснюється за ситуативним підходом. Сутність якого полягає в прийнятті до

уваги умов, у яких функціонує суб'єкт господарювання, та на основі цього формуються напрямки діяльності. Фактори, на основі яких приймається рішення можуть включати: економічна ситуація в країнах функціонування та в місті безпосереднього виробництва, наявність криз, зокрема економічних, політична ситуація, зміни валютних курсів, ризики пов'язані з провадженням діяльності тощо.

А при оцінювання ЗЕД цим методом до уваги береться саме адаптивність компанії до поточних умов.

Таким чином, оцінювання зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» буде здійснюватися за тими видами, які провадилися на підприємстві. До їх числа можемо віднести:

1. Експортно-імпортні операції;
2. Міжнародне партнерство;
3. Участь в міжнародних заходах (семінарах, конференціях, виставках тощо).

Розпочнемо аналіз експортно-імпортних операцій з оцінки рівня експорту. Для цього до уваги було взято такі дані та показники:

- Дохід від експорту та імпорту за останні 10 років;
- Аналіз географії ринків збуту;
- Дослідження категорії товарів.

Варто зауважити, що інформації щодо експортно-імпортних операцій в 2023 році ще немає, а показники експорту за 2019-2021 рр. знаходяться на досить низькому рівні через поширення пандемії та, відповідно, вкрай обмежену діяльність на міжнародних ринках. Саме тому, в цей період компанія реалізовувала досить успішні проекти на вітчизняному ринку, які вже згадувалися в пункті 2.1.

У таблиці 2.19 представлений дохід ТОВ «Склоресурс» від здійснення експортування.

Таблиця 2.19 – Дохід від експорту ТОВ «Склоресурс»

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Дохід від експорту, грн.	1750000	12500000	3750000	11000000	1250000	2750000	0	100000	325000
Контрагенти (к-сть)	3	10	5	7	10	10	0	3	3
Операції (к-сть)	4	25	10	15	10	10	0	3	3

Джерело: складено автором на основі [42]

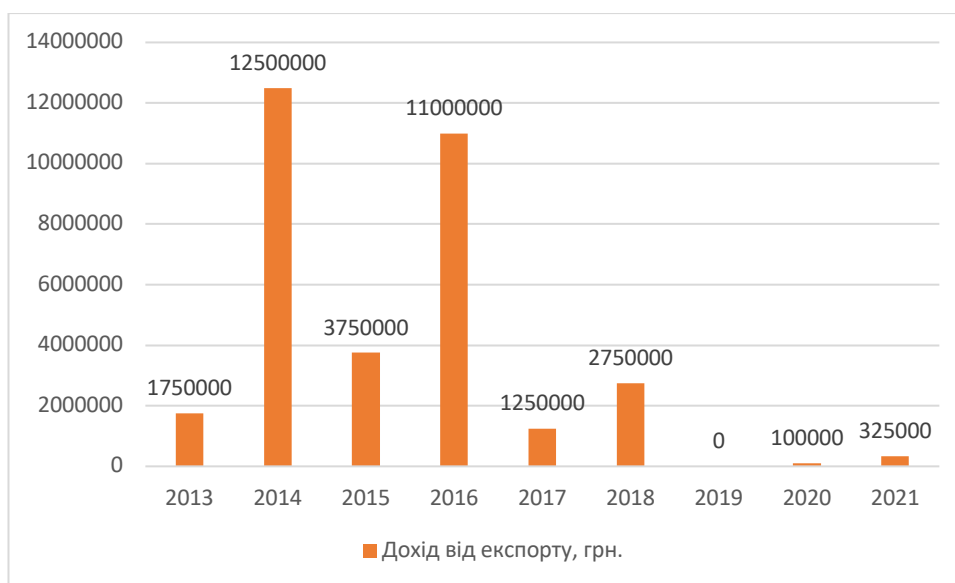


Рисунок 2.9 – Дохід від експорту.

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.19

Поширення пандемії та спад на міжнародних ринках, зумовили дуже низькі результати діяльності ТОВ «Склоресурс» за 2019-2021 роки. На основі даних табл. 2.19 варто зауважити, що найбільш результативними для підприємства була діяльність у період 2014-2018 рр.

Що стосується географії збуту, то найбільшу взаємодію ТОВ «Склоресурс» має за останні 10 років з такими країнами: Німеччина, Італія, Словенія, Грузія, Азербайджан, Республіка Молдова, Узбекистан, Велика Британія, Польща [34].

Також у 2013-2014 рр. підприємство експортувало свою продукцію на ринки Білорусі та Казахстану.

Важливо визначити перелік товарів, які найбільш користуються попитом за кордоном. У таблиці 2.20 представлений каталог товарів, щодо яких здійснювався експорт.

Таблиця 2.20 – Каталог експортних товарів у 2021 році

УКТ ЗЕД	Назва	Дохід від експорту, грн
2021 рік		
7007	Безпечне скло, до якого входить зміцнене, загартоване або багатошарове	308 750
7326	Інші вироби, які виготовляються з чорних металів	6 500
8412	Двигуни та силові установки	6 500
8536	Апаратура, яка електрична і захищає електричні кола, для комунікації або для приєднання до електричних кіл і в електричних колах. До неї входять: вимикачі, перемикачі, роз'єднувачі, реле та інші, напругою не більше 100В, а також волоконно-оптичні джгути і кабелі, з'єднувачі для оптичних волокон	3 250
2020 рік		
700600	Різновиди скла, яке включають наступні товарні позиції 7003, 7004, 7005. Ці категорії об'єднують грановане, гнуте, свердлине, гравіроване, емальоване, а також скло, яке проходило обробку іншим способом, але не є оправленим чи змішаним з іншими матеріалами.	25000
700800	Багатошарові, скляні, ізоляційні вироби.	5000
8466	Комплектуючі та приладдя, які тільки чи переважно призначенні для обладнання позицій товарів 8456-8465. До їх числа входить: пристрої, що здійснюють кріплення інструментів і деталей, саморозкривні, різенарізні, ділильні головки, інші спеціалізовані пристрої для верстатів, кріплення деталей і інструментів для ручних робіт	70000
2018		
7007	Безпечне скло, до якого входить зміцнене, загартоване або багатошарове	467500
700800	Багатошарові, скляні, ізоляційні вироби.	2200000
8466	Приладдя або їх частини, які переважно або тільки використовуються для обладнання категорій 8456-8465, які об'єднують пристрої для кріплення деталей або інструментів, саморозкривні, різенарізні, ділильні головки, інші спеціалізовані пристрої для верстатів, кріплення деталей і інструментів для ручних робіт	82500
2017		
7007	Безпечне скло, до якого входить зміцнене, загартоване або багатошарове	375000
700800	Багатошарові, скляні, ізоляційні вироби.	875000

Джерело: складено автором на основі [42]

Отже, найбільшу частку серед експортованої продукції підприємства посідають: багатошарові, скляні та ізоляційні вироби, і безпечне скло, до якого

входить зміцнене, загартоване або багат шарове. Варто додати, в період 2013-2016 рр, у структурі експорту представлено лише два цих товари.

Перейдемо до розгляду імпорту, наведеного в таблиці 2.21 та на рисунку 2.10.

Таблиця 2.21 – Обсяг імпорту ТОВ «Склоресурс»

Рік	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг імпорту, грн	3750000	5750000	6250000	12500000	37500000
Контрагенти (к-сть)	10	13	10	14	20
Операції (к-сть)	30	20	18	15	30

Продовження табл. 2.21

Рік	2018	2019	2020	2021	2022
Обсяг імпорту, грн	9750000	12500000	125000000	57500000	1750000
Контрагенти (к-сть)	30	30	55	45	10
Операції (к-сть)	37	45	100	125	15

Джерело: складено автором на основі [42]

На основі даних, наведених у таблиці 2.21 побудуємо стовпчасту діаграму (рис.2.10)

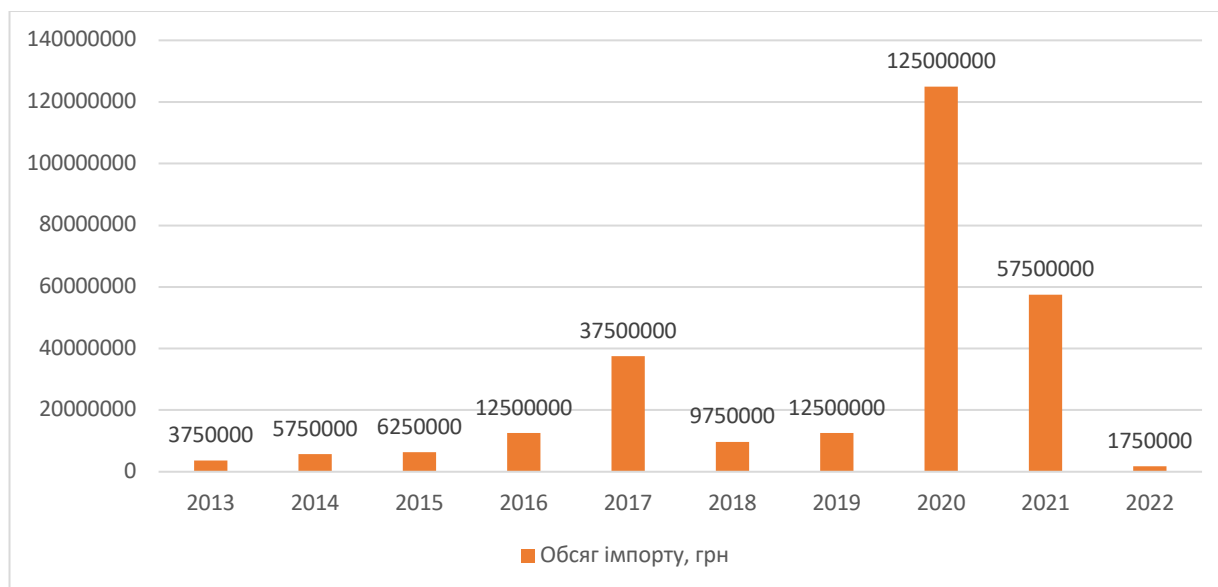


Рисунок 2.10 – Обсяг імпорту ТОВ «Склоресурс»

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.21

Отже, аналізуючи імпорт, ми бачимо протилежну до експорту ситуацію, оскільки на початок досліджуваного періоду підприємство використовувало

вітчизняну сировину, а тому обсяг імпорту знаходився на низькому рівні, однак мав тенденцію до підвищення протягом 2013-2017 років (у 2017 році становив 37500000 грн – на цей рік припадає оновлення деяких основних засобів, що зумовило такий показник). В наступні роки (2018-2019) обсяг імпорту знаходився на тому ж рівні, що і до 2017 року.

Спад виробництва на вітчизняному ринку в період початку та поширення пандемії змусив підприємство імпортувати сировину, матеріали та деяке устаткування, що зумовило найвищий показник імпорту за досліджуваний період у 2020 році – 125 000 000 грн, така ж тенденція продовжилась у 2021 році.

Тепер важливим кроком є аналіз географії імпортування товарів. У 2022 році підприємство найбільше постачало товари з Польщі та Італії, на наш погляд, це зумовлено відносною близькістю цих країн, що полегшує транспортування товарів з врахуванням поточної ситуації в Україні.

Однак аналіз попередніх періодів, зокрема 2017-2021 рр., коли підприємство імпортувало найбільше, свідчить про значне розширення ринків закупівлі. До їх числа можна віднести такі країни: Італія, Польща, Німеччина, Китай, Велика Британія, Франція, Австрія, Ірландія, Іспанія, Нідерланди, Чехія, Литва, Бельгія, Білорусь [33].

Розглянемо також категорії товарів, які ввозились з інших країн для здійснення виробництва. У таблиці 2.22 наведена інформація щодо імпорту товарів у 2022 році.

Варто додати, що каталог імпортованих товарів дуже розгалужений, однак, для попередніх років, він у більшій мірі схожий з товарами 2022 року.

Таблиця 2.22 – Каталог імпортованих товарів у 2022 році

УКТЗЕД	Назва	Обсяг імпорту, грн
2022 рік		
3207	Пігменти, барвники та речовини-глушники для скла, які вже готові. Склоподібні глазурі, емалі, ангоби, рідкі речовини для перетворення поверхні на глянцеvu та інші речовини і препарати, які придатні для використання в галузях виробництва кераміки, скляних та емалевих виробів, фрити, скла у вигляді порошку, гранул, пластівців	630000

Продовження табл. 2.22

5911	Текстиль та вироби з нього, які використовуються у технічних цілях, (включаючи товари описані в примітці 7 цієї групи)	376250
6804	Сукупність виробів без каркасу призначених для шліфування, подрібнення, заточування, розрізання, полірування та розпилювання (наприклад жорна, круги шліфувальні, камені точильні тощо). А також камені для ручних робіт з точіння та полірування або їх частини з природних каменів, з агломерованих штучних і натуральних абразивів, керамічна та виготовленні з комбінації матеріалів.	350000
8471	Машини призначенні для автоматичного оброблення інформації або блоки. Зчитувальні пристрої, які є магнітними або оптичними. Машини у кодованому вигляді, для перенесення інформації на інші носії, а також машини для оброблення даних, які не зазначенні в іншому місці.	218750
3926	Вироби товарних позицій 3901-3914, які виготовлені з пластмас та інших матеріалів.	70000
2710	Нафтопродукти і нафта, які виготовленні з мінералів (бітумінозних порід), не включаючи сирі. А також продукти, які не зазначені в іншому місці, але з вмістом понад 70% нафтопродуктів та нафти, виготовлених з бітумінозних порід, до того ж ці продукти є основними елементами частини продуктів або відпрацьовані нафтопродукти.	52500
9031	Прилади, які націлена на контроль та вимірювання, профільні проектори, а також машини і пристрої, які не зазначені в іншому місці цієї групи.	35000
8482	Підшипники двох видів: кулькові та роликові	17500

Джерело: складено автором на основі [42]

Приведена в таблиці інформація свідчить про те, що підприємство переважно імпортує сировину та матеріали для виготовлення емальованого скла. А також велику частку в імпорті посідають малоцінні та швидкозношувані предмети, такі як шліфувальні круги, підшипники, вимірювальні пристрої, текстильні матеріали для технічних потреб тощо.

Каталог товарів у 2020-2021 році показав, що найдорожчими були такі товари [42]:

- 8465: вертати, до числа яких входять ті, що забивають цвяхи, скріплення, склеювання та складання іншими способами. Та верстати для оброблення дерева, пробки, ебоніту, кістки, твердих пластмас та інших твердих матеріалів;

- 8514: промислові або лабораторні, електричні (в тому числі індукційні та діелектричні) камери і печі. А також інше промислове чи лабораторне обладнання, яке використовується з ціллю термічної обробки матеріалів;

- 8464: верстати, які необхідні для оброблення азбестоцементу, каменю, бетону, кераміки та інших видів мінеральних матеріалів, зокрема холодної обробки скла;

- 3214: замазки для скла, включаючи садові замазки, цементи соляні, матеріали для ущільнення та інші види мастики, не вогнетривких сумішей для підготовки поверхні фасадів, внутрішніх стін споруд, підлоги та стелі, шпаклівки для малярних робіт;

- 8428: машини, обладнання та пристрої, які виконують функції підймання, переміщення та розвантаження (наприклад конвеєри, ліфти, канатні дороги, ескалатори);

- 8421 різні види центрифуги, відцентровані сушарки, та машини, обладнання і пристрої для фільтрації й очищення рідин та газів;

Таким чином, ми бачимо, що підприємство імпортує велику кількість обладнання для того, щоб виготовляти безпечну, якісну та високотехнологічну продукцію.

Для того, щоб оцінити результативність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» доцільно знайти співвідношення між доходами отриманими від експорту та загальним обсягом виручки (таблиця 2.23).

Таблиця 2.23 – Аналіз доходу підприємства від ЗЕД

Показник	Роки								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Дохід від експорту, тис. грн.	1750	12500	3750	11000	1250	2750	0	100	325
Виручка від реалізації продукції, тис. грн	27500	53500	62500	92500	125000	203490	266074	352859	634 646
Частка експорту в загальній виручці	6,36%	23,36%	6,00%	11,89%	1,00%	1,35%	0,00%	0,03%	0,05%

Джерело: розраховано автором на основі даних розділу 2

Знаходження частки доходу від ЗЕД до загальної виручки підприємства, дає можливість оцінити, наскільки підприємство залежне від внутрішнього ринку та проаналізувати рівень ризиків, які пов'язані з припиненням або обмеженням експортно-імпортних операцій.

Дані таблиці 2.23 свідчать, що підприємство має високий рівень залежності від внутрішнього ринку, а відповідно і від ситуації в країні. За аналізований період 2013-2021 рр. частка доходів від експорту значно скоротилася (в 2021 році цей показник становив лише 0,05%). У той час, як в 2014 році показник досяг найвищого значення – 23,26%.

Оскільки частка доходів, які отримуються від експортування продукції, знаходиться на дуже низькому рівні, то ТОВ «Склоресурс» доцільно розширити свою зовнішньоекономічну діяльність та відкрити для себе нові ринки збуту.

Наступний напрямок зовнішньоекономічної діяльності, який провадить ТОВ «Склоресурс», є міжнародне партнерство.

Компанія має широке коло міжнародних партнерів з якими співпрацюють з ціллю обміну досвідом, навиками та технологічною підтримкою один одного.

До числа партнерів ТОВ «Склоресурс» відносяться наступні компанії: Saint-Gobain, Sika, Rosenheim IFT, Skill Glass, Bystronic, Benteler, Forel, TMB Torgauer Maschinenbau, NorthGlass, HOVA, Cefic, TECGLASS, FPE FRATELLI PEZZA, DOW CORNING, VITROSEP, HEGLA, Officine Mistrello, Gualos, Barbaric, Sisecam, EUROGLAS, INO, TECHNOFORM, AGC, GUARDIAN GLASS, LISEC, PILKINGTON, FENZI [34].

Серед числа партнерів ТОВ «Склоресурс» є німецька компанія Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), спільно з якою, підприємство реалізовує тендери. Співпраця ТОВ «Склоресурс» та GIZ відбувається згідно програми фінансування DeveloPPP. Дана програма реалізується компанією GIZ, за довіреністю Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини [43].

Серед числа успішних проєктів є ряд тендерів, які проводилися з метою оптимізації виробництва склопакетів [43]:

- Проведення тендеру на реклоузер;
- Реалізація тендеру на трансформатор;
- Проведення тендеру на сонячну електростанцію 885 кВт та суміжних робіт, з її встановлення.

У сучасному виробництві є вимоги щодо відповідності продукції встановленим стандартам, а також матеріали з яких вона виготовляється повинні бути сертифіковані. До того ж, основним прагненням компанії є виготовлення якісної, довговічної та безпечної продукції, всі ці фактори зумовили тісну співпрацю ТОВ «Склоресурс» з німецьким інститутом IFT Rosenheim.

IFT Rosenheim – науково-дослідний інститут, який розташовано в Німеччині. Його основна сфера діяльності – тестування та сертифікація будівельних матеріалів, в тому числі скла. Інститут було засновано в 1966 році [44].

За час своєї діяльності IFT Rosenheim вважається лідером в галузі тестування та сертифікації, через багаторічний досвід та співпраця з топовими компаніями-виробниками продукції та міжнародними організаціями.

Важливим є те, що сертифікаційне тестування продукції включає всі необхідні критерії, які характеризують безпеку та якість будівельних матеріалів, а саме: витривалість до вітрових навантажень; енергоефективність; звукоізоляцію; захист від випромінення ультрафіолетом [45].

Внаслідок співпраці з німецьким науково-дослідним інститутом ТОВ «Склоресурс» має ряд переваг для своєї продукції, серед яких виділимо наступні [43]:

- Відповідність продукції найвищим та найсучаснішим міжнародним стандартам. А тому продукція є конкурентоспроможною та гарантується виконання нею всіх необхідних функцій навіть за непередбачуваних умов;
- Тестування продукції на міцність та витримку щодо екстремальних погодних умов, забезпечує можливість її використання у хмарочосах та високих спорудах;
- Сертифікована продукція допомагає заощаджувати кошти на кондиціонування та опалення, оскільки відповідає нормам енергоефективності;
- Склопакети зменшують пропускну здатність шуму та сторонніх звуків, а тому є універсальними і підходять для використання в комерційних та житлових приміщеннях;

- Гарантія надійності – продукція ТОВ «Склоресурс» є перевіреною та сертифікованою, а тому забезпечить надійність будівлі, що є критичним у сучасному середовищі.

Одним із прикладів результативності цієї співпраці є реалізація в 2020 році проекту житлового комплексу «Taryan Towers». Варто зауважити, що він увійшов до списку найкращих у світі за версією «International Property Awards» [37].

Для реалізації цього проекту було виготовлено 135000 м² скла. А продукція тестувалася на штучне старіння, результати перевірки показали, що ці пакети захищені від саморуйнування на 99%. Це стало можливим завдяки унікальній сучасній технології – запікання спеціальної фарби в структуру скла, тим самим роблячи скло витривалим до механічних ушкоджень і агресивного середовища. На жаль, інформація щодо прибутку компанії від проекту є секретною, проте стає зрозуміло, що вона принесла компанії ще ряд інших замовників та підсилила імідж на ринку. До того ж відомо, що тільки для виготовлення такого скла було куплено керамічний принтер вартістю майже 1 000 000 доларів США [46].

Отже, міжнародне партнерство сприяє покращенню продукції компанії, проведенню спільних проектів, а також обміну досвідом, що безумовно має позитивний вплив на результати діяльності компанії в цілому.

Останнім напрямком в межах ЗЕД є участь в міжнародних заходах компанією ТОВ «Склоресурс».

На даний час ТОВ «Склоресурс» є учасником платформи «Nazovni» від МЗС. Ідея цього проекту полягає в підтримці експортерам та допомозі при виході на міжнародні ринки. Ця платформа вирішує як точкові проблеми експортерів, так і вихід на нові ринки збуту «з нуля» [46].

Реєстрація на платформі дала підприємству такі можливості:

1. Отримання консультацій та необхідної інформації для виходу підприємства на ринки Польщі та Німеччини.
2. Доступ до участі в міжнародних заходах, таких як виставки та конференції.

З іншого боку, ТОВ «Склоресурс» є учасником Волинської Торгово-промислової палати, а тому може отримувати такі види послуг [47]:

- Юридичні послуги з метою засвідчення документів, які пов'язані з ЗЕД;
- Сприяння підприємництву та ЗЕД, тобто ТПП сприяє в пошуку ділових партнерів, організації виставок, семінарів, презентацій, форумів тощо;
- Сертифікація продукції, в ході якої видаються сертифікати Міжнародної добровільної системи «CERTEX»;
- Митно-брокерські послуги.

Участь компанії у Волинській ТПП розширила коло взаємозв'язків з іноземними компаніями, а також відкрила доступ до експортних воркшопів, в яких ТОВ «Склоресурс» бере участь.

Також ТОВ «Склоресурс» нещодавно почало приймати участь у воркшопах та інших заходах від «Дія.Бізнес» та Офісу розвитку підприємництва та експорту. Перевагою цих заходів для компанії є доступ до важливої інформації, отримання аналітики, консультації та рекомендацій при виборі країн-експортерів, а також стратегій залучення клієнтів.

Отже, враховуючи всі умови, в яких діє підприємство, на наш погляд, воно дійсно дотримується ситуативного підходу при управлінні своєю зовнішньоекономічною діяльністю. Хоча надана інформація була обмеженою, нам вдалось детально проаналізувати напрямки діяльності, переваги і можливості, які вони відкривають для підприємства.

На основі цього, можна припустити, що підприємство адаптувало стратегію діяльності під поточну ситуацію на ринку та використовує всі наявні можливості задля розширення своєї діяльності.

2.4 Оцінювання напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства методом аналізу ієрархії

Іноді підприємства, здійснюючи свою зовнішньоекономічну діяльність, роблять акцент лише на одному напрямку або ж витрачають ресурси на заходи, які

не є достатньо ефективними і, відповідно, не досягають належного рівня розвитку. Саме тому оцінювання напрямків розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства є необхідним елементом комплексної оцінки його діяльності.

У межах цієї частини роботи необхідно оцінити зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Склоресурс» за напрямками, в яких працює підприємство, для того щоб виокремити найбільш пріоритетні та значущі. Це також дасть можливість виявити потенційні можливості у діяльності та сформулювати подальші рекомендаційні заходи задля підвищення рівня розвитку ЗЕД.

Вибір щодо економіко-математичної моделі було зроблено на користь моделі «Метод аналізу ієрархії», розробленої відомим професором та математиком Томасом Сааті.

Метод аналізу ієрархії доцільно обирати для оцінювання деяких альтернатив, коли існує ситуація з обмеженими даними або ж невизначеність. Перевагою методу є те, що він дає можливість структурувати складні рішення, шляхом порівняння альтернатив за сукупністю обраних критеріїв. Також цей метод бере до уваги експертні оцінки та сприяє у прийнятті обґрунтованих рішень навіть якщо немає повної інформації [48].

Оскільки інформація щодо зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» є обмеженою, а діяльність компанії якраз здійснюється в умовах невизначеності через ситуацію в країні, то модель Т. Сааті є найбільш оптимальним варіантом.

У попередній частині роботи було детально проаналізовано всі заходи ЗЕД, які провадить підприємство. На основі викладеного матеріалу, виділимо три основні напрямки розвитку зовнішньоекономічної діяльності:

- Експортування продукції;
- Співпраця з іноземними суб'єктами з метою провадження наукової, технічної та науково-виробничої діяльності.
- Учать в міжнародних виставках, семінарах, конференціях.

Відповідно, це і є три альтернативи діяльності підприємства, які варто оцінити за сукупністю критеріїв.

Критеріїв оцінювання рівня розвитку та ефективності ЗЕД існує чимало, тому варто серед них виділити основні. На наш погляд, до 5 найбільш вагомих відносять:

1. Рівень прибутку (К1).
2. Географія ринків збуту та діяльності (К2).
3. Рівень витрат пов'язаних із ЗЕД та логістикою (К3).
4. Дотримання умов договорів, міжнародних правил та стандартів (К4).
5. Рівень міжнародного партнерства та стабільність партнерських відносин (К5).

Розглянемо детальніше кожен з альтернатив та її взаємозв'язок з обраними критеріями.

Перша альтернатива – експортування продукції, а її взаємозв'язок з наведеними критеріями полягає в наступному:

1. Можливе підвищення рівня прибутку за рахунок реалізації продукції більшій кількості споживачів через вихід на нові ринки, збільшення обсягу продажів та підвищення ціни продукції, оскільки її вартість на іноземних ринках відрізняється від вітчизняного ринку. З іншої сторони додаткові витрати та процес адаптації продукції до нових ринків та споживачів можуть частково знизити прибуток.

2. У ході здійснення експорту продукції, підприємству досить легко можна розширити ринки збуту та стати менш залежним від внутрішнього. При розширенні географії збуту продукції, компанія підвищує конкурентоспроможність, створює свій імідж на міжнародній арені та мінімізує ризики залежності від одного ринку, який може бути мінливим.

3. Звісно, така діяльність зумовлює збільшення витрат пов'язаних з логістикою та спричиняє нові внаслідок діяльності на інших ринках (сертифікація, забезпечення усіх вимог до продукції та її перевірка, митні збори та квоти, затрати на укладання дозволів, додаткових угод, консультування, через різницю валютних курсів тощо). Але і вартість продукції на міжнародних ринках переважно є вищою, а оскільки продукція ТОВ «Склоресурс» вважається високоякісною та конкурентоспроможною, то це сприятиме підвищенню ціни на скло.

4. Процес здійснення експорту зобов'язує підприємство слідувати укладеним угодам, а також правилам, які діють на ринку країн-імпортерів. З однієї сторони такі вимоги можуть підвищити рівень витрат (у деяких випадках підприємство змушене адаптувати свою продукцію під конкретний ринок, змінюючи технологію або ж процес виробництва), але з іншої сторони, це підвищує рівень продажів, сприяє популяризації продукції конкретного підприємства та збільшує кількість договорів. У випадках порушення договорів або допущення помилок, підприємство ризикує нести збитки, до нього можуть застосовуватися санкції тощо.

5. За умови наявності надійних міжнародних партнерів, компанія може успішно та ефективно здійснювати експортування, при цьому тривалість логістики та інших організаційних процесів значно скорочується, а ланцюги постачання будуть більш стабільними та передбачуваними. За умови партнерства з іноземними постачальниками, дистриб'юторами та логістичними компаніями, підприємство може провадити спільну діяльність, що зменшує витрати ресурсів.

Тепер оцінимо другу альтернативу «Співпраця з іноземними суб'єктами з метою провадження наукової, технічної та науково-виробничої діяльності» за 5 згаданими критеріями:

1. Співпраця з провідними іноземними компаніями та інститутами може забезпечити розробку інноваційної продукції або ж покращити існуючу, відтак сприяти зростанню доходів від продажу та прибутків. Досить часто підприємства співпрацюють з іноземними науково-дослідними інститутами задля отримання сертифікації власної продукції, як гарантії її якості, а відповідно підвищення вартості та зростанню попиту на такий товар.

2. Співпраця з іноземними партнерами та створення спільної продукції, розширює межі діяльності на нові регіони, а значить може збільшити можливості компанії на міжнародних ринках. Також широке коло зарубіжних партнерів допомагає суб'єктам господарювання знаходити нові замовлення та реалізовувати свою продукцію швидше і у більших масштабах.

3. Співпраця може забезпечити розподіл витрат між суб'єктами господарювання. Проведення наукової діяльності з іноземними партнерами надає доступ до нових технологій та, відповідно, заощадження на проведенні власних досліджень. Спільна діяльність та проекти сприяють розподілу ризиків та можливих збитків за непередбачуваних обставин.

4. Спільне здійснення будь-якої діяльності регламентується підписаними угодами, які необхідно дотримуватися, особливо при здійсненні науково-технічної діяльності, що забезпечує взаєморозуміння та легітимність. Будь-яке відхилення від міжнародних норм, стандартів або правил вказаних у договорах та нормативних документах може призвести до значних збитків, втрати сертифікації, наукових доробок або заборони діяльності в певних регіонах.

5. Стабільність партнерів при здійсненні спільної наукової діяльності та реалізації проектів є одним з ключових факторів успіху. Зростання кількості міжнародних партнерів та укладених угод мають позитивний ефект на діяльність підприємства та приріст його фінансових показників.

Третя альтернатива – участь в міжнародних семінарах, конференціях та інших заходах, зокрема виставках, набуває своїх популярності останнім часом. Оцінити вплив критеріїв на цю альтернативу можна наступним чином:

1. Участь підприємств в міжнародних виставках є одним із найпростіших способів продемонструвати свій товар на міжнародному ринку, залучити нових клієнтів, тобто стимулювати продажі, а значить приріст прибутку.

2. Зазвичай на виставках та конференціях є представники абсолютно різних країн, тому це дає можливість розширити географію діяльності, представити свою продукцію одночасно для представників різних регіонів, знайти нових партнерів, замовників, покращити зв'язки з вже наявними та отримати нові контракти.

3. Очевидно, що участь в таких виставках здійснюється шляхом сплати реєстраційних внесків та зборів, до того ж підприємство зобов'язується сплачувати витрати на рекламу, виставкові стенди, оренду площі, транспортування своєї продукції та оплату відрядження працівників, але дані витрати можуть окупитись

через отримання нових замовлень, а ефективна логістика сприятиме мінімізації витрат з транспортуванням виставкових зразків та стенду.

4. Беручи участь у виставках та будь-яких інших заходах, учасники зобов'язуються слідувати законам та стандартам країн-організаторів, а представлені зразки повинні відповідати встановленим нормам до даної продукції. Лише за умови дотримання всіх регламентів, участь в таких заходах буде ефективною та принесе користь для підприємства. У іншому ж випадку, порушення правил досить часто карається штрафами та санкціями щодо учасників.

5. Участь в будь-яких міжнародних заходах відкриває чимало можливостей для нового партнерства, підвищення рівня взаємозв'язку, довіри та стабільності з вже наявними, створення спільних проектів тощо. Усе це призводить до розширення ЗЕД та підвищенню ефективності діяльності.

Отже, для того щоб оцінити описані напрямки діяльності ТОВ «Склоресурс» потрібно скористатись економіко-математичною моделлю Т. Сааті. Спочатку потрібно визначити об'єкт та тему дослідження.

У даній моделі об'єктом є зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Склоресурс».

Тема дослідження: оцінювання напрямків розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс».

Наступним кроком побудуємо ієрархію, яка буде повною та домінантною (рис. 2.11).

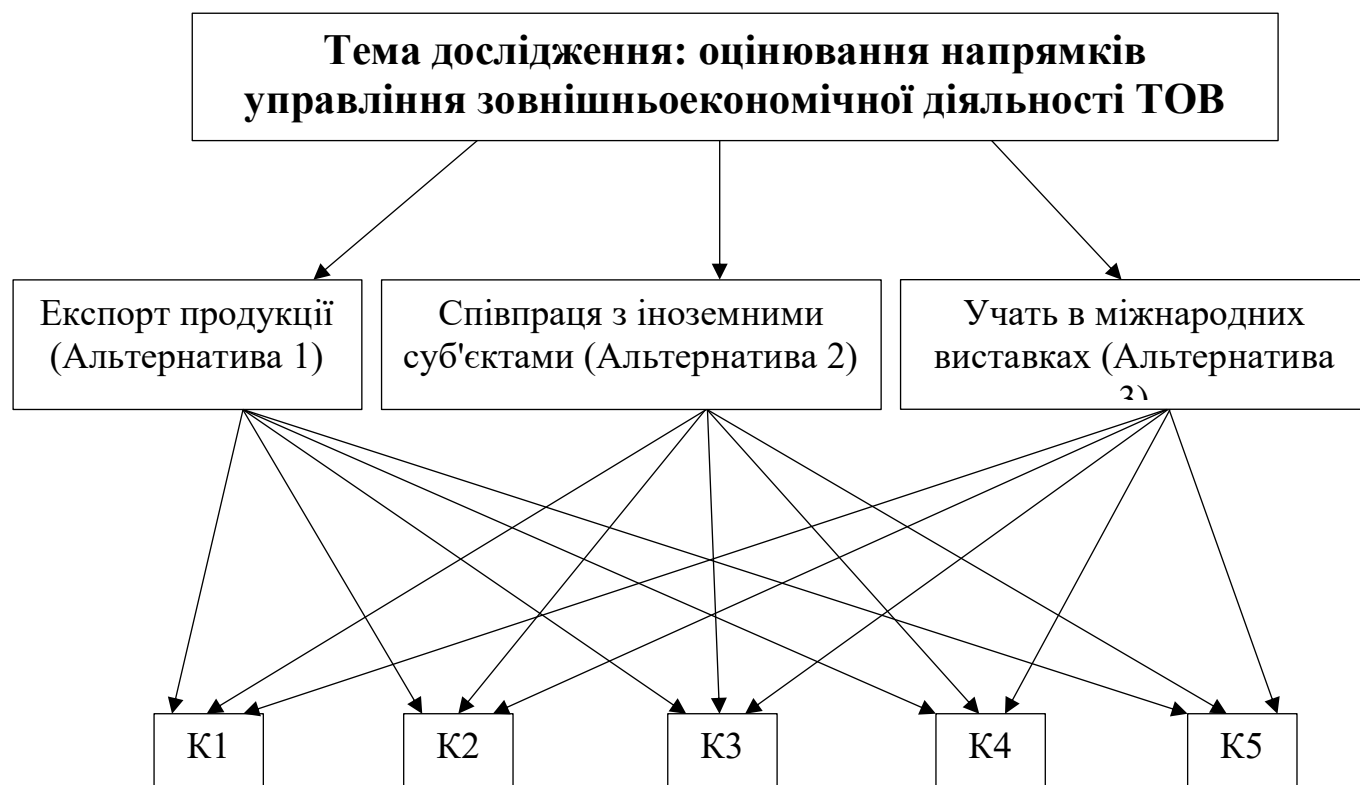


Рисунок 2.11 – Домінантна ієрархія

Джерело: складено на основі власних досліджень автора

У Додатку В представлено шкалу Томаса Сааті, яка містить інформацію для суб'єктивної оцінки елементів.

Для того, щоб оцінити напрямки зовнішньоекономічної діяльності, присвоїти міри важливості та ранжувати запропоновані критерії, була створена експертна група на підприємстві. До цієї групи увійшли: Мошкун Галина (студентка, проходила практику), Ольга (директор по розвитку ТОВ «Склоресурс»), а також менеджери з продажів та постачання підприємства.

За допомогою шкали Т. Сааті присвоїмо міри важливості кожному критерію. Тобто, спочатку для виконання завдання нам необхідно ранжувати критерії за їх пріоритетністю (важливістю), для цього скористаємось даними шкали Додатку В, проведемо оцінювання обраних критеріїв, розрахуємо головний вектор (V_i - знаходиться як середнє геометричне значень у рядку матриці) та вектор пріоритетів (P_i - обчислюється як нормоване значення головного власного вектора).

Дані обрахунки здійснено за допомогою програми Excel та наведено в таблиці 2.24.

Таблиця 2.24 – Порівняння важливості критеріїв

Критерії	K1	K2	K3	K4	K5	Головний вектор V_i	Вектор пріоритетів P_i
K1	1	7	3	5	9	3,94	0,52
K2	0,14	1	3	4	5	1,54	0,20
K3	0,33	0,33	1	5	7	1,31	0,17
K4	0,20	0,25	0,2	1	4	0,53	0,07
K5	0,11	0,20	0,143	0,25	1	0,24	0,03
Сума (Mi)	1,79	8,78	7,343	15,25	26	7,55	1

Джерело: запропоновано експертною групою

Для того щоб оцінити відношення погодженості потрібно розрахувати наближені значення власних значень за формулою:

$$\lambda_{max} = \sum_{i=1}^n M_j \times P_i, \quad (2.4)$$

$$\lambda_{max} = 1,79 \times 0,52 + 8,78 \times 0,2 + 7,43 \times 0,17 + 15,25 \times 0,07 + 26 \times 0,03 = 5,8.$$

У свою чергу як міру погоджуваності розглядають два показника:

1. Індекс погоджуваності (ІП), який розраховується за формулою:

$$ІП = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}, \quad (2.5)$$

де n – число порівнюваних об'єктів

$$ІП = \frac{5,8 - 5}{5 - 1} = 0,22.$$

2. Відношення погоджуваності (ВП):

$$ВП = \frac{ІП}{ВІ}, \quad (2.6)$$

де: ВІ – випадковий індекс.

Випадковий індекс – це табличне значення, яке для матриці 5 порядку становить 1,12.

$$ВП = \frac{0,22}{1,12} = 0,197.$$

Відношення погодженості лежить в межах 0,1 - 0,3, а саме розраховане значення становить 0,197. Отже, показник можна вважати прийнятним ступенем погодженості.

Наступним етапом потрібно здійснити попарне порівняння альтернатив за кожним критерієм. Спочатку порівнюємо альтернативи за першим критерієм – рівень прибутку (табл.2.25).

Таблиця 2.25 – Порівняння альтернатив за рівнем прибутку

К1 (Рівень прибуток)	Альтернатива 1	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Головний вектор V_i	Вектор пріоритетів P_i
Альтернатива 1	1	9	7	3,98	0,78
Альтернатива 2	0,11	1	0,25	0,30	0,06
Альтернатива 3	0,14	4	1	0,83	0,16
Мі	1,25	14,00	8,25	5,11	1

Джерело: складено на основі власних розрахунків

За допомогою програми Excel розрахуємо показники міри погоджуваності:

1. $\lambda_{max}(K1) = 3,145$
2. Індекс погоджуваності ІП (К1) = 0,072
3. Випадковий індекс для матриці 3 порядку $VI = 0,58$
4. Відношення погоджуваності ВП (К1) = 0,125

Результати обрахунку показують, що відношення погодженості є прийнятним.

У таблицях 2.26 – 2.29 представлено порівняння альтернатив за іншими критеріями, а також розраховано показники міри погоджуваності.

Таблиця 2.26 – Порівняння альтернатив за географією ринків збуту та діяльності (К2)

К2	Альтернатива 1	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Головний вектор V_i	Вектор пріоритетів P_i
Альтернатива 1	1	7	3,00	2,76	0,65
Альтернатива 2	0,14	1	0,20	0,31	0,07
Альтернатива 3	0,33	5	1	1,19	0,28
Мі	1,48	13,00	4,20	4,25	1

Джерело: складено на основі власних розрахунків

Показники міри погоджуваності становлять:

1. $\lambda_{max}(K2) = 3,065$
2. Індекс погоджуваності ІП (К2) = 0,032

3. Відношення погоджуваності ВП (К2) = 0,056

Результати обрахунку показують, що відношення погодженості є гарним.

Таблиця 2.27 – Порівняння альтернатив за рівнем витрат пов'язаних із ЗЕД та логістикою (К3)

К3	Альтернатива 1	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Головний вектор V_i	Вектор пріоритетів P_i
Альтернатива 1	1	9	4	3,30	0,71
Альтернатива 2	0,11	1	0,20	0,28	0,06
Альтернатива 3	0,25	5	1	1,08	0,23
Мі	1,36	15,00	5,20	4,66	1

Джерело: складено на основі власних розрахунків

Показники міри погоджуваності за даними таблиці 2.27 дорівнюватимуть:

1. $\lambda_{max}(K3) = 3,071$
2. Індекс погоджуваності ІП (К3) = 0,036
3. Відношення погоджуваності ВП (К3) = 0,061

Результати обрахунку показують, що відношення погодженості є гарним.

Таблиця 2.28 – Порівняння альтернатив за критерієм дотримання умов договорів, міжнародних правил та стандартів (К4)

К4	Альтернатива 1	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Головний вектор V_i	Вектор пріоритетів P_i
Альтернатива 1	1	0,20	0,14	0,31	0,06
Альтернатива 2	5,00	1	0,17	0,94	0,20
Альтернатива 3	7	6	1	3,48	0,74
Мі	13,00	7,20	1,31	4,72	1

Джерело: розраховано автором

Аналогічно попереднім таблицям, розрахуємо показники міри погоджуваності:

1. $\lambda_{max}(K4) = 3,24$
2. Індекс погоджуваності ІП (К4) = 0,12
3. Відношення погоджуваності ВП (К4) = 0,207

Результати обрахунку показують, що відношення погодженості є прийнятним.

Таблиця 2.29 – Порівняння альтернатив за рівнем міжнародного партнерства та стабільність партнерських відносин (К5)

К5	Альтернатива 1	Альтернатива 2	Альтернатива 3	Головний вектор V_i	Вектор пріоритетів P_i
Альтернатива 1	1	0,2	0,11	0,28	0,06
Альтернатива 2	5,00	1	0,33	1,19	0,27
Альтернатива 3	9	3	1	3,00	0,67
Мі	15,00	4,20	1,44	4,47	

Джерело: складено на основі власних розрахунків

За даними таблиці 2.29 міри погоджуваності становитимуть:

1. $\lambda_{max}(K5) = 3,029$
2. Індекс погоджуваності ІІ (К4) = 0,015
3. Відношення погоджуваності ВІІ (К4) = 0,025

Результати обрахунку показують, що відношення погодженості є гарним.

Останнім етапом є розрахунок глобального пріоритету, беручи до уваги пріоритетність критеріїв (табл. 2.24) та пріоритетність альтернатив по кожному з критеріїв (табл. 2.25-2.29).

Таблиця 2.30 – Розрахунок глобального пріоритету

Критерії	К1	К2	К3	К4	К5	Глобальний пріоритет
Ваговий коефіцієнт критерія	0,52	0,20	0,17	0,07	0,03	-
Альтернатива 1	0,78	0,65	0,71	0,06	0,06	0,668
Альтернатива 2	0,06	0,07	0,06	0,20	0,27	0,078
Альтернатива 3	0,16	0,28	0,23	0,74	0,67	0,254

Джерело: складено на основі власних розрахунків

Отже, дослідження альтернатив за обраними критеріями свідчать, що найвагомішою є перша альтернатива. А саме «експортування продукції» (глобальний пріоритет - 66,8%). Таким чином, для забезпечення належного розвитку ЗЕД підприємству слід зосередитись у даному напрямку.

Однак участь в міжнародних виставках та інших заходах може бути як додатковою альтернативою здійснення ЗЕД, оскільки проведений аналіз попередніх частин показав, що цей напрям сприяє розвитку ЗЕД та може мати

значний потенціал в майбутньому. Оцінювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності методом Т. Сааті, підтвердило пріоритетність третьої альтернативи (глобальний пріоритет становить 25,4%).

Відповідно, для подальшого дослідження діяльності та розробки рекомендаційних заходів щодо підвищення розвитку зовнішньоекономічної діяльності, необхідно взяти до уваги результати оцінювання проведені методом Т. Сааті.

Висновок до розділу 2

Першим етапом комплексної оцінки діяльності підприємства стало вивчення особливостей його господарської діяльності. На основі якого, виявлено, що ТОВ «Склоресурс» є успішним суб'єктом на ринку. Адаже має в своєму портфоліо велику кількість проектів в Україні та закордоном, співпрацює з міжнародними компаніями, процес виробництва є налагодженим, оснащений сучасним і автоматизованим обладнанням, а виготовлена продукція конкурентоспроможна, користується попитом і сертифікована за міжнародними стандартами.

Під час проведення фінансово-економічного аналізу, було вивчено майновий стан та розраховано основні показники оцінки діяльності ТОВ «Склоресурс». Результати проведеної роботи свідчать, що підприємство забезпечене основними фондами, здійснює їх регулярне оновлення та активно використовує в процесі обробки скла.

Розрахунок показників ліквідності та платоспроможності не відповідав нормативним. На основі цього, справедливим є припущення про наявність резервів, але недостатню кількість грошових коштів на рахунках.

Аналіз фінансової стійкості знаходиться на середньому рівні, а оцінка ділової активності свідчить, що підприємство несвоєчасно виконує взяті зобов'язання, тож йому слід переглянути свою політику щодо кредитування.

Загалом, підприємство є прибутковим, забезпечене необхідними ресурсами та основними засобами, постійно збільшує масштаби свого виробництва, а його рентабельність відповідає середньому рівню.

Важливим елементом комплексної оцінки стали розрахунок ймовірності банкрутства, за підходами вітчизняних і закордонних науковців. Отримані результати свідчать про низьку ймовірність банкрутства. Використання моделі Таффлера, не тільки підтвердили вищенаведені висновки, а й показали, що підприємство має вагомі довгострокові перспективи для розвитку.

Очевидно, що умовою результативної та економічно ефективної діяльності компанії, є постійний розвиток виробництва та розширення ринків збуту. Аналіз діяльності ТОВ «Склоресурс» та її порівняння з конкурентами свідчить про наступне [46]:

- Станом на 2023 рік в роботі компанія має понад 500 B2B клієнтів.
- Частка, якою володіє ТОВ «Склоресурс», ринку фасадного скла (багатоповерхівок) оцінюється її керівником у 60%, в той час, як на ринку склопакетів знаходиться приблизно на рівні 10%. Для порівняння українська компанія «Паритет», яка спеціалізується на світлопрозорих конструкціях володіє 2%. Випереджає досліджуване підприємство на ринку склопакетів компанія «Trösch Ukraine», яка оцінює свою частку в 30%.

Оцінка рівня розвитку зовнішньоекономічної діяльності, показала розгалужену географію діяльності компанії на міжнародній арені. Однак в останні роки спостерігався спад експортованої продукції, з одночасним підвищенням рівня імпорту сировини та обладнання.

Проведений аналіз, свідчить, що для реалізації зовнішньоекономічної діяльності підприємство використовує ситуативний підхід. Тобто, спочатку беруться до уваги умови та ситуація на внутрішньому ринку, а далі здійснюється планування діяльності, впровадження обраних напрямів діяльності, управління та контроль за ЗЕД.

Завершальним етапом другого розділу стала оцінка напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс». Для цього було вибрано

економіко-математичну модель Томаса Сааті. Вона вважається хорошим інструментом для оцінювання напрямків діяльності, якщо ситуація на ринку є невизначена та рішення приймаються на основі обмеженого числа даних.

Найвагомішим напрямком для розвитку зовнішньоекономічної діяльності є здійснення експорту продукції. А також було виявлено потенційний напрямок діяльності – це участь у міжнародних заходах. Оскільки міжнародні виставки, конференції, презентації та семінари є легким та економічно вигідним способом заявити про себе на міжнародній арені, знайти нових клієнтів, партнерів та оцінити нові ринки збуту.

Подальші дослідження необхідні для виявлення наявних проблеми та перешкоди в діяльності компанії, пошук шляхів їх нейтралізації або мінімізації, розробка рекомендацій для покращення рівня розвитку зовнішньоекономічної діяльності та економічна оцінка запропонованих заходів. При розробці заходів, звісно, важливо покладатись на результати напрацювань цього розділу та висновків, отриманих від розрахунку економіко-математичної моделі Томаса Сааті.

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СКЛОРЕСУРС»

3.1 Систематизація напрямів розв'язання проблем та ліквідації перешкод у забезпеченні ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс»

На основі попередніх розділів дослідження, було доведено та аргументовано виняткову важливість зовнішньоекономічної діяльності в процесі функціонування підприємства. Адже вона забезпечує розширення географії діяльності підприємства, підвищує обсяг реалізованої продукції та прибуток підприємства. До того ж ЗЕД дає можливість створювати беззаперечний імідж підприємства і бути більш конкурентоспроможним. Виходячи з цього, важливо проаналізувати ризики та проблеми в діяльності ТОВ «Склоресурс», шляхи їх подолання та пошук варіантів забезпечити управління ЗЕД більш ефективно.

Комплексна оцінка діяльності ТОВ «Склоресурс», викладена в 2 розділі, показала, що підприємство адаптувало свою діяльність після пандемії та початку війни в 2022 році. Оскільки переважна більшість показників мали тенденцію до зростання. Зокрема, було виявлено підвищення обсягів виробництва та реалізації продукції, чистий прибуток за 2023 рік становив 70199 тис. грн (проти 26364 тис. грн в 2022 році). А показник рентабельності виробництва зріс майже вдвічі і в 2023 році становив 11,43%.

Серед інших позитивних змін: відбулося зростання доходу від експорту продукції, розширився каталог експортованих товарів, збільшилась кількість імпортних операцій, а також підприємство стало учасником Волинської Торгово-промислової плати.

Попри всі ці дії, ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» була нижчою аніж в період 2014-2019 років. Тому першим етапом у розробці заходів підвищення ЗЕД буде дослідження проблем, факторів впливу та пошук способів їх ліквідації.

Першою і основною перешкодою в діяльності підприємства є повномасштабна війна на території України, оскільки це не тільки створює ризики, пов'язані з безпекою для працівників та суб'єкта господарювання, а й ускладнює всі можливі процеси: від виробництва продукції до її реалізації споживачам.

Таким чином, ми можемо виділити такі чинники негативного впливу на ЗЕД через повномасштабну війну:

- Зміна переліку контрагентів підприємства. Як відомо, до початку повномасштабної війни значна частина сировини імпортувалась з республіки білорусь та росії (за оцінкою Укрінформ це приблизно 75% усіх поставань). Згідно статистики Державної митної служби 2021 року, імпорт термopolірованого скла складав 340 тис. тон, у вартісному вираженні це більше ніж 4 млрд. грн. Приблизно 150 тисяч тон було імпортовано з росії та 100 тис. т. з республіки білорусь (що за тодішнім курсом можна оцінити у 116,6 млн доларів США) [49].

- Перебої в електропостачанні та регулярні відключення впливають на ефективність виробництва та змушують до додаткових витрат, пов'язаних з купівлею трансформаторів, генераторів та інших засобів забезпечення безперебійною електроенергією.

- Плинність кадрів та скорочення числа висококваліфікованих працівників через мобілізацію та міграцію.

- Зміна логістичних шляхів, ускладнення процесу транспортування продукції, зокрема через неможливість використання морського транспорту та відсутність авіасполучення між містами та іншими країнами, збільшення витрат на збут.

- Обмеженість числа партнерів, а відтак додаткові витрати на пошук нових співпраць та угод. Цей фактор виникає не тільки через ускладнення логістики, а й через страх зі сторони іноземних суб'єктів господарювання працювати в умовах невизначеності, на основі цього виникає постійна потреба в пошуку нових партнерів.

- З початком війни на деякі товари встановлено квоти у розмірі 0 тон, або введено процедури ліцензування, оскільки скло є критично важливим елементом

при відновленні пошкоджених споруд. Існує загроза введення обмежень на експортування цього виду продукції.

- Постанова №18 «Про роботу банківської системи в період дії військового стану», введена в лютому 2024 році НБУ, передбачає обмеження розрахунків експортно-імпортних операцій тривалістю до 90 діб. Оскільки попередні строки становили 365 днів, зараз таке обмеження націлене на збереженню капіталу всередині країни [50].

- Постанова попереднього пункту також зумовлює обмеження на здійснення транскордонних переказів у валюті.

- Систематичні обмеження з боку держави на провадження ЗЕД, а також започаткування певних законів та постанов з ціллю регулювання деяких категорій товарів у період дії воєнного стану з метою стимулювання та захисту вітчизняного виробництва. Такі заходи часто зумовлюють додаткові витрати, потребують безперервного моніторингу з боку підприємств, детальне планування своєї діяльності та складання більш гнучких планів з можливістю подальшого їх регулювання тощо [51].

Варто звернути увагу, що було наведено лише деякі основні фактори, які згубно впливають на зовнішньоекономічну діяльність досліджуваного суб'єкта господарювання внаслідок повномасштабної війни, насправді ж їх перелік значно ширший.

На наш погляд, для того щоб виявити наслідки цих чинників у здійсненні ЗЕД слід проаналізувати загальну ситуацію щодо експортно-імпортних операцій на ринку України.

Для аналізу було обрано категорію «Скло та вироби зі скла», що відповідає групі 70 УКТЗЕД та розглянуто статистичну інформацію за 2017-2023 роки (таблиця 3.1)

Таблиця 3.1 – Статистика експортно-імпортних операцій зі скла та скляних виробів у період 2017-2023 років.

Показники	Роки						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Експорт товарів, тис. дол. США	137263,2	160290,2	183155,9	208845	248934,3	157742,2	147612,7
Співвідношення до попереднього року (%)	119,4	116,8	114,3	114	119,2	63,4	93,6
Імпорт товарів, тис. дол. США	291130,8	316367,9	320387,5	307558,3	426371,8	263289,6	313139,4
Співвідношення до попереднього року (%)	118,3	108,7	101,3	96	138,6	61,8	118,9

Джерело: складено за даними [52]

Таким чином, експорт продукції групи 70 мав хвилеподібний характер, спочатку ми можемо спостерігати зростання (період 2017-2021 рр.), але у 2022 році з початком війни спостерігається стрімкий спад, експорт продукції у вартісному вираженні дорівнював 157742,2 тис. доларів США, а у відсотковому співвідношенні до 2021 року (який був найбільш ефективним) це становить лише 63,4%. У 2023 році спостерігається подальше скорочення експорту – 147612,7 тис. дол. США, а це в свою чергу на 10129,5 тис. доларів менше ніж у 2022 році.

Ситуація з імпортом буде дещо іншою, з таблиці 3.1 ми можемо спостерігати також спад у 2020 році, викликаний пандемією. Скорочення імпортних операцій у 2022 році до 61,8% відносно 2021 року покращилось у 2023 році, оскільки загальний імпорт продукції зі скла зріс до 313139,4 тисяч доларів США.

Отже, попри певну адаптацію та покращення обсягу експортно-імпортних операцій у 2023 році ми можемо дійти висновку, що зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств в останні роки значно погіршилася через початок повномасштабної війни та, відповідно, сукупність факторів описаних вище.

Важливо приділити увагу також іншим факторам, які впливають на ЗЕД ТОВ «Склоресурс». Адже результати його виробництва націлені на виготовлення якісного та унікального скла, склопакетів та інших товарів, які використовують у будівництві, а ця продукція користується особливим попитом на ринку та забезпечує нормальні умови для життя та діяльності населення.

Існує чимало чинників, що впливають на діяльність ТОВ «Склоресурс». Деякі з них зумовлені діяльністю підприємства, тобто середовище їх виникнення – внутрішнє, а інші, в свою чергу, не залежать від конкретного суб'єкта господарювання, оскільки виникають у зовнішньому середовищі. Таким чином, поділ факторів впливу на діяльність досліджуваного підприємства охарактеризуємо як внутрішні та зовнішні (рис. 3.1)

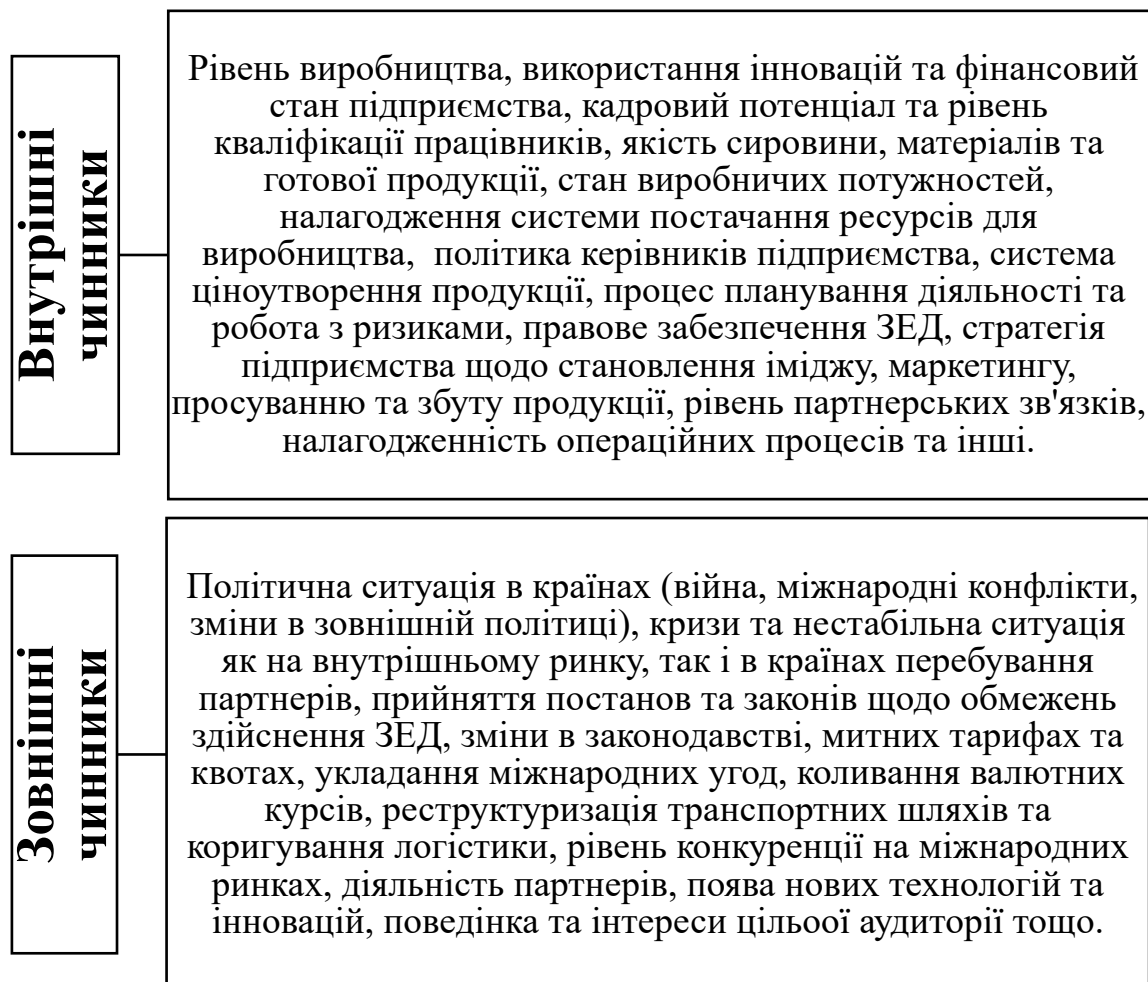


Рисунок 3.1 – Зовнішні та внутрішні чинники впливу на зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Склоресурс»

Джерело: запропоновано автором на основі власних досліджень

Однією з найбільших внутрішніх проблем для ТОВ «Склоресурс» на даний час є нестача кваліфікованого персоналу. Відповідно слід розробити систему стимулювання працівників як матеріальну так і нематеріальну для збереження вже наявного кадрового потенціалу. А також можна стати учасником спілки роботодавців, проводити рекрутинг студентів, презентації своєї діяльності та ярмарки вакансій серед технічних навчальних закладів Рівненської області. Це не тільки сформує імідж хорошого роботодавця, а й дасть можливість залучати молодий персонал з високим потенціалом. Оскільки на підприємстві є семінари та навчання для працівників, то такі заходи лише сприятимуть зростанню числа висококваліфікованих працівників.

З рис 3.1 ми бачимо, що є досить багато інших факторів внутрішнього впливу на результативність ЗЕД, однак їх усунути цілком можливо. Для цього керівники підприємства можуть вдаватися до наступних заходів:

- Наймати висококваліфіковані кадри та проводити систематичне навчання своїх працівників.
- Залучати інвестиції та інші види фінансів задля регулярного оновлення виробничих потужностей, впровадження нових технологій, інновацій, покращення процесів виробництва в цілому.
- Створити відділ маркетингу задля побудови правильної стратегії просування та збуту своєї продукції, а також дослідження ринку та цільової аудиторії, щоб своєчасно реагувати на зміни і формувати пропозицію товарів у відповідності до наявного попиту.
- Ретельне планування діяльності та формування стратегій з урахуванням ситуації на внутрішньому ринку.
- Пошук перевірених постачальників та компаній з транспортування, забезпечення надійних та довготривалих відносин.
- Організувати виробництво та інші операційні процеси ефективними та безперебійними, оптимізувати ланцюги постачання задля мінімізації грошових витрат та часу.

- Робота з висококваліфікованими юристами, адже це допоможе уникнути непорозумінь та конфліктів при укладанні договорів, митних документів та провадженні діяльності на зовнішніх ринках.

- Правильне формування ціни з урахуванням всіх витрат та конкурентоспроможності продукції.

Розглянуті заходи є основою для боротьби з внутрішніми чинниками негативного впливу на зовнішньоекономічну діяльність. Варто зауважити, що ТОВ «Склоресурс» у своєму арсеналі вже здійснює деякі з цих (як показав аналіз 2 розділу), однак доцільно приділити увагу кожному з наведених аспектів та здійснювати їх комплексно, задля забезпечення більш ефективної зовнішньоекономічної діяльності.

Очевидно, що зовнішніх чинників негативного впливу на діяльність підприємства теж багато, а їх вплив на підприємство іноді неможливо спрогнозувати, тому важливо розглянути ряд заходів, до яких може вдаватись підприємство задля мінімізації цих перешкод у своїй діяльності. До способів ліквідації впливу зовнішніх факторів ми можемо віднести наступні:

1. Розширення ринків збуту та географії своєї діяльності, що відкриє нові можливості та сприятиме мінімізації ризиків через діяльність з обмеженим колом компаній і країн.

2. Адаптація продукції до потреб споживачів, а також локальних культурних звичаїв конкретної країни, для цього на підприємстві повинна бути ефективна служба маркетингу та дослідників окремих ринків.

3. Мінімізація впливу змін курсів валюти через укладання договорів у стабільній валюті та використання фінансових інструментів, що зможуть захистити від мінливості (наприклад опціони, форвардні контакти тощо).

4. Розширення сертифікації продуктів, наприклад її відповідність стандартам ISO.

5. Оптимізація логістичних шляхів і розширення кола партнерів для забезпечення безперебійного транспортування продукції навіть за непередбачуваних обставин.

6. Постійний моніторинг та ретельне вивчення законодавства країн, з якими відбувається або планується співпраця, для уникнення можливих штрафів і санкцій внаслідок порушень.

7. Створення фінансових стратегій та розширення шляхів залучення фінансів через пошук інвесторів або використання інших міжнародних інструментів, таких як пільгові кредити, гранти або тендери.

8. Використання цифрових інструментів, розширення маркетингових дій безпосередньо в соціальних мережах, таргетована реклама, використання інших інформаційних платформ.

9. Забезпечення гнучкості у виробництві та мінімізація запасів для можливості швидкої реакції на нові потреби, адаптацію до змін у споживчих вподобаннях.

Важкість прогнозування діяльності та вплив зовнішніх чинників у свою чергу створює певну невизначеність на ринку. Особливо в наш час це стосується вітчизняних промислових підприємств, оскільки в Україні спостерігається підвищений рівень ризику. Про це свідчать дослідження компанії Aon.

Дослідження, які проводить компанія Aon, охоплюють сфери управління ризиками, страхування, перестраховання та прийняття рішень щодо людських ресурсів і потенціалу.

Результати дослідження рівня ризику в Україні продемонстровані на рисунку 3.2 та свідчать про високий рівень ризику.

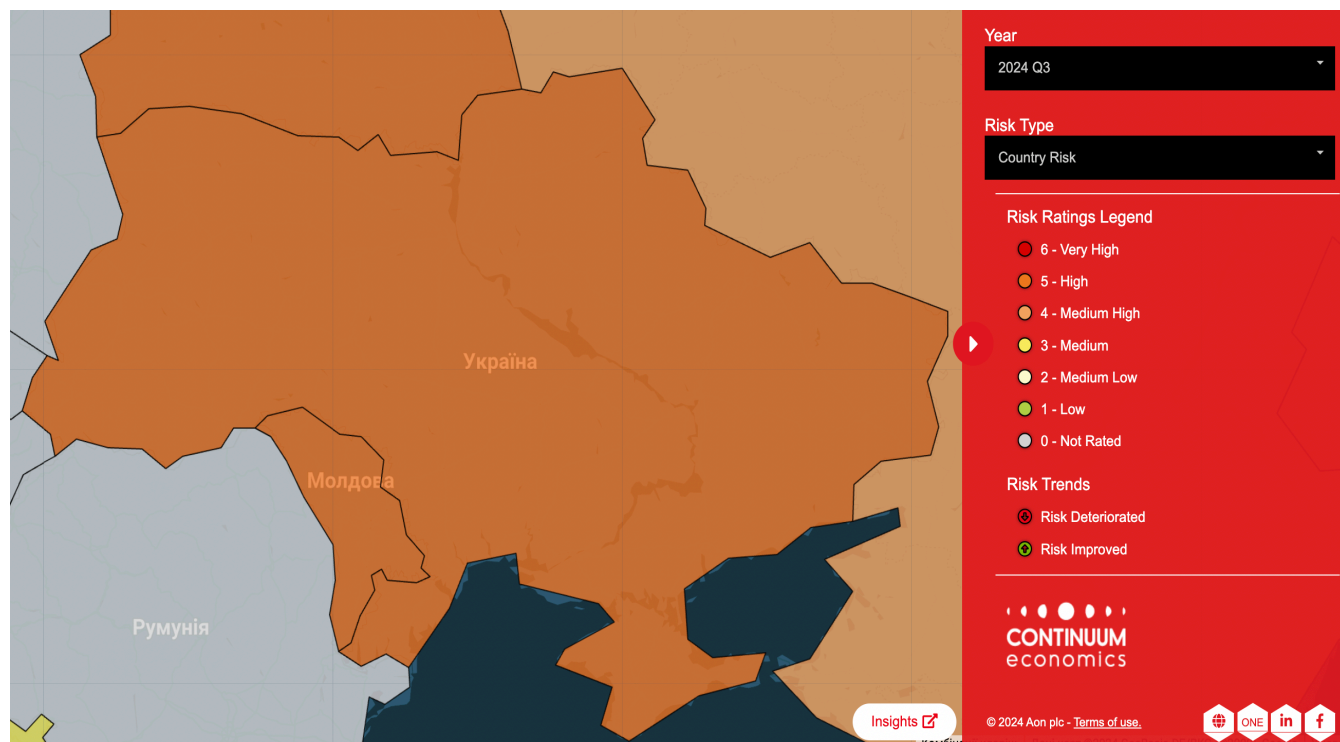


Рисунок 3.2 – Рівень ризику в Україні

Джерело: [53]

Результати дослідження також відбувались за такими категоріями як:

- Вразливість банківського сектору (ризик нижче середнього);
- Нездатність уряду забезпечити стимул (зріс від середнього в 2022 році до високого на початку 2024 року);
- Ризик ведення бізнесу оцінюють як середній;
- Ризик порушення ланцюгів постачання – високий.

На основі досліджень та отриманих оцінок, можна сказати, що ситуація в Україні є досить невизначеною.

Управління діяльністю підприємства в умовах нестабільної ситуації в країні, мінливістю ринку, обмеженістю інформації та в цілому невизначеністю, зумовлює також виникнення ризиків для конкретного підприємства. На основі цього, ми можемо стверджувати, що ТОВ «Склоресурс» також стикається з економічними ризиками, які є своєрідною перешкодою в провадженні ЗЕД.

З латинської мови слово «ризик» пояснюється як «наважитися», тому досить часто цей термін сприймають як ситуацію невизначеності через сукупність подій.

Якщо ризик несе собою негативні наслідки, то його можна трактувати як загрозу. Очевидно, що ТОВ «Склоресурс» у своїй діяльності стикається з рядом ризиків, які перешкоджають результативності його ЗЕД. Основні ризики та шляхи їх подолання для досліджуваного суб'єкта господарювання представлено в таблиці 3.2

Таблиця 3.2 – Ризики, характерні для ТОВ «Склоресурс» та шляхи їх подолання

Назва та характеристика ризику	Спосіб подолання
Ризик руйнування через військові дії на території країни	Підприємству слід мінімізувати розповсюдження інформації щодо місця розташування виробничих потужностей, постійний догляд та оновлення запасів, необхідних для життя в укриттях для працівників. Створення захисних конструкцій для виробничих приміщень та складів.
Екологічні ризики	Зменшувати відходи у виробництві шляхом впровадження відповідних технологій та діяльність за принципами lean та ощадливого виробництва.
Енергетичний ризик	Робота в різні зміни, а також забезпечення підприємства необхідним обладнанням для мінімізації залежності від зовнішніх джерел електроенергії.
Трудовий (відтік кваліфікованого персоналу, міграція і тд)	Впровадження системи матеріального та нематеріального стимулу, залучення молодих вмотивованих кадрів.
Економічний ризик, пов'язаний з нестабільним рівнем доходу та постійними витратами	Правильне та детальне планування діяльності, диверсифікація партнерів, а також виготовлення продукції з врахуванням всіх особливостей ринку збуту допоможе уникнути даних ризиків.
Ризик партнерства	Підприємству слід укладати контракти та договори довготривалої дії з передбаченими санкціями та чіткими умовами. Відповідно, у випадку порушення угоди з боку партнера можливе отримання компенсації задля покриття збитків.

Джерело: запропоновано автором на основі власних досліджень

Ще одним можливим заходом для боротьби з ризиками є їх поділ. Тобто один з методів управління, який передбачає розподіл ризику між суб'єктами господарювання, це дає змогу зменшити ступінь впливу на одну сторону відносин. Основними способами розподілу ризиків є:

- Страхування – страхова компанія бере на себе відповідальність в обмін на страховий внесок.
- Партнерство, яке передбачає об'єднання зусиль з іншими підприємствами.

- Співпраця з місцевою владою для ведення спільних проектів та отримання допомоги.

Серед інших ризиків можливі: політичні, транспортні, технологічні, фінансові, правові, маркетингові ризики. Однак система заходів з метою їх мінімізації відповідає вищеописаним способам ліквідації зовнішніх та внутрішніх чинників негативної дії.

Проаналізувавши загрози та перешкоди в забезпеченні ефективної зовнішньоекономічної діяльності, нам слід розробити систему заходів, націлену на підвищення ефективності діяльності ТОВ «Склоресурс».

3.2 Економічне обґрунтування способів та методів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Аналіз напрямків діяльності зовнішньоекономічної діяльності розділу 2 та пункту 3.1 показав доцільність та високий потенціал від участі підприємства у міжнародних заходах. Оскільки критично важливим при здійсненні даного виду діяльності є не тільки успішна реалізація продукції, а й такі цілі як:

- Становлення іміджу;
- Розширення кола партнерських відносин;
- Вихід на нові ринки збуту;
- Детальне вивчення потреб та вподобань споживачів;
- Дотримання правил та звичаїв конкретної країни при здійсненні ЗЕД.

Для того, щоб дотримуватись всіх цих умов та детально вивчати ринок кожної країни, потрібно чимало фінансових ресурсів, часу, а також кваліфікованих спеціалістів, що у свою чергу зумовлює для підприємства дуже високі додаткові витрати.

Загальновідомо, що метою діяльності будь-якого підприємства є максимізація прибутку, раціональне управління ресурсами та мінімізація витрат.

Для того, щоб досягти поставленої мети та забезпечити дотримання цілей зовнішньоекономічної діяльності, підприємствам слід приймати участь в

міжнародних виставках, конференціях та інших заходах. Оскільки вони дають можливість досить швидко та ефективно заявити про себе на міжнародних ринках, отримати нові замовлення, знайти надійних і перевірених партнерів, здійснити обмін досвідом, дослідити конкурентів, їх товари, а також виявити можливі шляхи для росту та покращення своєї продукції.

Участь у міжнародних виставках набуває значної популярності серед підприємств, а тому на ринку існує велика кількість можливостей щодо цього.

У вересні 2024 року в Греції відбулася міжнародна виставка «Thessaloniki International Trade Fair» у місті Салоніки. Це найбільш масштабна виставка на Балканах, яка відбувається щорічно, а її учасниками є представники понад 100 країн світу. За її організацію відповідає виставкова організація «HELEXPO». Дана виставка являє собою величезний виставковий комплекс площею 180 тис. м² та складається з 17 павільйонів і двох сучасних конференц-зали, які розташовано в центрі міста Салоніки [54].

Розділи виставки включають такі напрямки: нерухомість, будівництво, енергетика, ідеальний дім, все для саду та ландшафтного дизайну, автомото, мода, глобальний обмін тощо [55].

У виставці щорічно бере участь близько 1300 експортерів, 221375 відвідувачів та проводиться понад 1000 ділових зустрічей. ТОВ «Склоресурс» також стало учасником цієї виставки. Мета участі підприємства в даному заході полягала в кількох напрямках:

- Аналіз попиту європейських країн на продукцію ТОВ «Склоресурс»;
- Розширення експорту;
- Знаходження нових покупців продукції, переважно з Європейських країн.

На виставці було презентовано такі види скла: сонцезахисне, енергозберігаюче, звукоізоляційне, мультифункціональне, гнуче, ударотривке, багатошарове, тримплекс.

Звісно, серед будівельних компаній особливу зацікавленість викликали склопакети, які виготовленні з безпечного (зміцненого або гартованого) скла.

Особливість цьогорічної виставки полягала в тому, що Торгово-промислова палата України мала власний просторий стенд в межах якого українські компанії могли демонструвати власну продукцію, здійснювати презентації, проводити ділові зустрічі з потенційними клієнтами та партнерами. А також розмістити свою продукцію та її характеристику в експортному каталозі. Таким чином, витрати на участь у цій виставці для вітчизняних підприємств є нижчими у порівнянні з іншими заходами. Розрахуємо обсяг витрат від участі в цій виставці підприємством (таблиця 3.3)

Таблиця 3.3 – Калькуляція витрат на участь у виставці «Thessaloniki International Trade Fair»

Показник	Значення
Стенд площею до 12 м. кв.	безкоштовно
Реєстраційний внесок, євро	150
Будівельні збори за 1 м кв., євро	28
Загальна сума будівельних зборів, євро	336
Сума витрат на участь (без ПДВ), євро	486
Ставка ПДВ в Греції, %	24
Витрати на ПДВ, євро	116,64
Сума витрат на участь у виставці, євро	602,64
Валютний курс євро до гривні (серпень 2024 року)	46,1
Сума витрат на участь у виставці, грн	27781,70
Відстань від підприємства до Греції, км	1735
Транспортні витрати на доставку зразків, грн	119975,25
Витрати на відрядження працівників, грн	117555
Загальні витрати підприємства, грн	265311,95

Джерела: розраховано за даними [56],[57]

Для доставки 6 зразків скла буде використовуватися автотранспорт, а вартість такої послуги 1,5 євро за км.

Делегація від підприємства включатиме директора з розвитку ТОВ «Склоресурс», спеціаліста для технічної презентації продукції та менеджера з продажів. Загальна величина витрат за цією статтею становитиме 117555 грн, та виключатиме добові виплати, проживання, витрати на дорогу протягом 5 днів перебування делегації в Греції.

Отже, загальні витрати на участь у цій виставці склали 265311,95 грн.

Цього року на виставці саме Німеччина стала почесною країною-учасницею. Українській делегації вдалося провести ділові B2B-переговори з понад 120 компаніями з Німеччини, не винятком став також ТОВ «Склоресурс». Таким чином, одним із пріоритетів для розширення експорту стала подальша співпраця з німецькими компаніями.

Також було проведено переговори з представниками Балканських країн, Польщею, Італією, Францією та іншими. Для того щоб обрати найбільш вигідного партнера слід вивчити місцевий ринок країн та виявити з найбільшим попитом на скляну продукцію.

Аналіз статистичних даних на інформаційних порталах Eurostat та Global Trade дав можливість провести порівняльний аналіз країн-учасниць виставки. Результатами даного дослідження було виявлено, що Німеччина та Франція можуть стати потенційними споживачами продукції ТОВ «Склоресурс» (рис. 3.3).

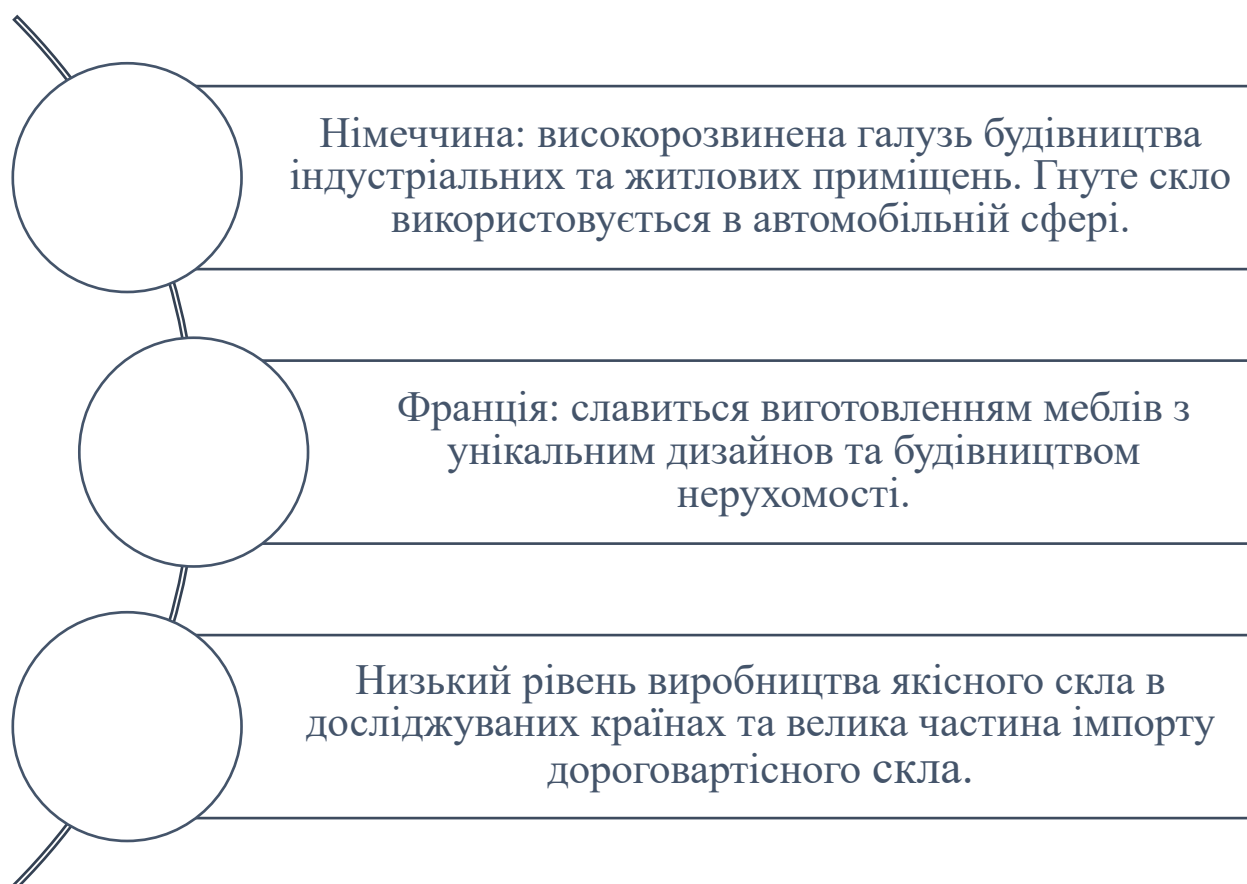


Рисунок 3.3 – Обґрунтування експорту продукції на цільові ринки

Джерело: складено автором на основі [58],[59]

На основі чинників наведених на рисунку 3.3 ми можемо припустити, що якісна та дешевша продукція ТОВ «Склоресурс» точно матиме попит на ринках обраних країн.

Розглядаючи потенційну співпрацю з даними країнами, нам слід проаналізувати умови експорту безпечного скла до них за допомогою Trade Map (табл. 3.4).

Для дослідження було обрано товар з національним тарифним кодом – 7007191000. До цієї групи товарів відносять безпечне, загартоване та емальоване скло.

Таблиця 3.4 – Аналіз вимог до транспортування продукції зі скла

Вимоги до експортованого товару	Інформація для нових ринків	
	Німеччина	Франція
Митний тариф	0%	0%
Торгові засоби захисту	відсутні	відсутні
Нормативні вимоги	В700 Вимоги якості, безпеки та продуктивності продукції (технічні стандарти на будівельні вироби) В830 – вимога сертифікації (маркування СЕ)	В700 Вимоги якості, безпеки та продуктивності продукції (технічні стандарти на будівельні вироби) В830 – вимога сертифікації (маркування СЕ)

Джерело: складено автором на основі [60]

Завдяки Угоді про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ експорт продукції до Німеччини та Франції не передбачає сплату митного тарифу, однак ми бачимо 2 нормативні вимоги до цієї продукції.

Продукція ТОВ «Склоресурс» має європейську сертифікацію IFT Rosenheim, це є підтвердженням вимог якості та продуктивності продукції на будівельні вироби, а ось мінімальна вартість сертифікації маркування СЕ становить 1000 євро.

Варто звернути увагу, що митні витрати на експортування продукції зі скла відсутні.

Тепер розрахуємо витрати для експорту продукції до цих країн (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Витрати на експорт продукції ТОВ «Склоресурс»

Показник	Значення	
	Німеччина	Франція
Відстань від підприємства до країни, км.	1291	2236
Вартість транспортування (автотранспортом) за 1 км, євро	1,5	
Курс 1 євро до грн.	44,79	
Витрати на транспортування, грн	86735,84	150225,7
Максимальна вантажопідйомність 1 вантажівки для гартованого скла товщиною 6 мм, м ²	1300	1300
Витрати на сертифікацію СЕ маркування, грн	44790	
Сертифікат погодження, грн	1500	
Собівартість 1 м ² продукції, грн	1680,00	
Собівартість 1300 м ² гартованого скла, грн	2184000	
Норма рентабельності, %	35%	
Відпускна ціна 1300 м ² , грн	2948400	
Кінцева ціна контракту, грн	3081425,84	3144915,66
Ціна за 1 м ² , грн	2370,33	2419,17
Ціна за 1 м ² , євро	52,92	54,01

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Підприємство, враховуючи виробничі потужності, може щомісяця транспортувати до 4 000 м² продукції (за оцінкою начальника виробництва ТОВ «Слоресурс» Андрія Тильмана). Однак потрібно розрахувати ще вантажопідйомність одного транспортного засобу.

Загальноприйнята вантажопідйомність однієї вантажівки 25 тон, а вага 1 м² гартованого скла товщиною 6 мм становить 15 кг. На основі цієї інформації можемо розрахувати обсяг скла для транспортування (Q):

$$\text{Обсяг скла для транспортування} = \frac{25\,000 \text{ кг}}{15 \text{ кг/м}^2} = 1666 \text{ м}^2$$

На наш погляд, у перший місяць оптимальним варіантом буде транспортування 1300 м² гартованого скла до кожної з країн. Згодом підприємство зможе підвищити трохи обсяг транспортування, але слід брати до уваги, що додаткове місце займають кріплення та пакування самого скла.

Через різницю у відстані кінцева ціна гартованого скла на ринку Німеччини становитиме 52,92 євро за 1м². При цьому вартість гартованого скла в Німеччині становить від 60 євро за 1м² і може сягати до 126,74 євро для аналогічної сертифікованої та високоякісної продукції [61].

Що ж стосується ринку Франції, то вартість може бути навіть вищою: від 80 євро за 1м² звичайного гартованого скла, до 108 – 131,5 євро за 1м² для сертифікованого скла, товщиною 6 мм та з аналогічними характеристиками [62]. При експортуванні ТОВ «Склоресурс» може запропонувати продукцію вартістю 54,01 євро за 1 м².

На основі великого розриву світової ціни та пропонованої зовнішньоторговельної ціни, стає зрозуміло, що продукція ТОВ «Склоресурс» буде користуватися попитом на досліджуваних ринках.

ТОВ «Склоресурс» при виході на ринок Німеччини та Франції може спочатку вдатися до стратегії завоювання частки ринку, зберігаючи розраховану зовнішньоторговельну ціну.

Тоді розрахуємо точку беззбитковості для експорту продукції у Німеччину та Францію (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Розрахунок точки беззбитковості для експорту продукції

Показник	Значення на нових ринках	
	Німеччина	Франція
Точка беззбитковості, м ²	192,7	265,9

Джерело: розраховано автором на основі таблиці 3.5

Отже, дохід від реалізації 193 м² продукції повністю покриває витрати на її виробництво та реалізацію на німецькому ринку, а при експортуванні у Францію, підприємству необхідно продати 266 м² скла щоб покрити свої зовнішньоекономічні витрати.

Для того, щоб оцінити результативність запропонованого заходу можна розрахувати плановий прибуток (таблиця 3.7)

Таблиця 3.7 – Розрахунок результатів від запропонованого заходу

Показник	для ринку Німеччини	для ринку Франції
Виробнича собівартість, грн	2184000	2184000
Додаткові витрати від експорту, грн	90102,09	153591,91
Собівартість реалізації, грн	2274102,09	2337591,91
Чиста виручка, грн	3038502,09	3101991,91
Прибуток до оподаткування, грн	854502,09	917991,91

Джерело: розраховано автором на основі таблиці 3.5

Отже, в ході запропонованого заходу підприємство може отримати прибуток до оподаткування сумою 1 772 494,00 грн, що свідчить про позитивний вплив від розробки даної рекомендації.

Окрім цього, підприємство матиме можливість збільшити величину співпраць з іноземними компаніями, розширити географію своєї діяльності та сприяти становленню своєї конкурентоспроможності.

Для того щоб зовнішньоекономічна діяльність була більш ефективною, а головне провадилася з дотриманням усіх чинних норм, правил та умов договорів необхідним є формування повноцінного відділу експорту або зовнішньоекономічної діяльності, в межах якого працівники будуть згуртовано виконувати завдання для досягнення цілей.

Звісно на підприємстві є відповідальні за ЗЕД, але ці працівники працюють у різних відділах, тож їх робота не є достатньо скоординованою, а розширення експорту спричиняє потребу в додатковому висококваліфікованому персоналі.

Основними завданнями цього департаменту буде планування, здійснення, розширення та контроль за зовнішньоекономічною діяльністю.

Ціль, яку слід встановити перед цим департаментом:

- Створення стратегії зовнішньоекономічної діяльності;
- Управління експортною діяльністю;
- Активне просування товарів на зовнішніх ринках;
- Підготовка продукції для митного оформлення, забезпечення необхідною документацією;

- Аналіз шляхів розширення ринку збуту та пошук нових партнерів;
- Забезпечення комплексного розвитку ЗЕД підприємства та управління його потенціалом тощо.

У першу чергу підприємство зацікавлене в збільшенні обсягу реалізованої продукції, тому на основі злагодженої роботи відділу, а також виконання усіх цілей ми можемо очікувати збільшення обсягу реалізації продукції на ринки Німеччини та Франції на 10%.

Візуально структура відділу ЗЕД сформована на рисунку 3.4.

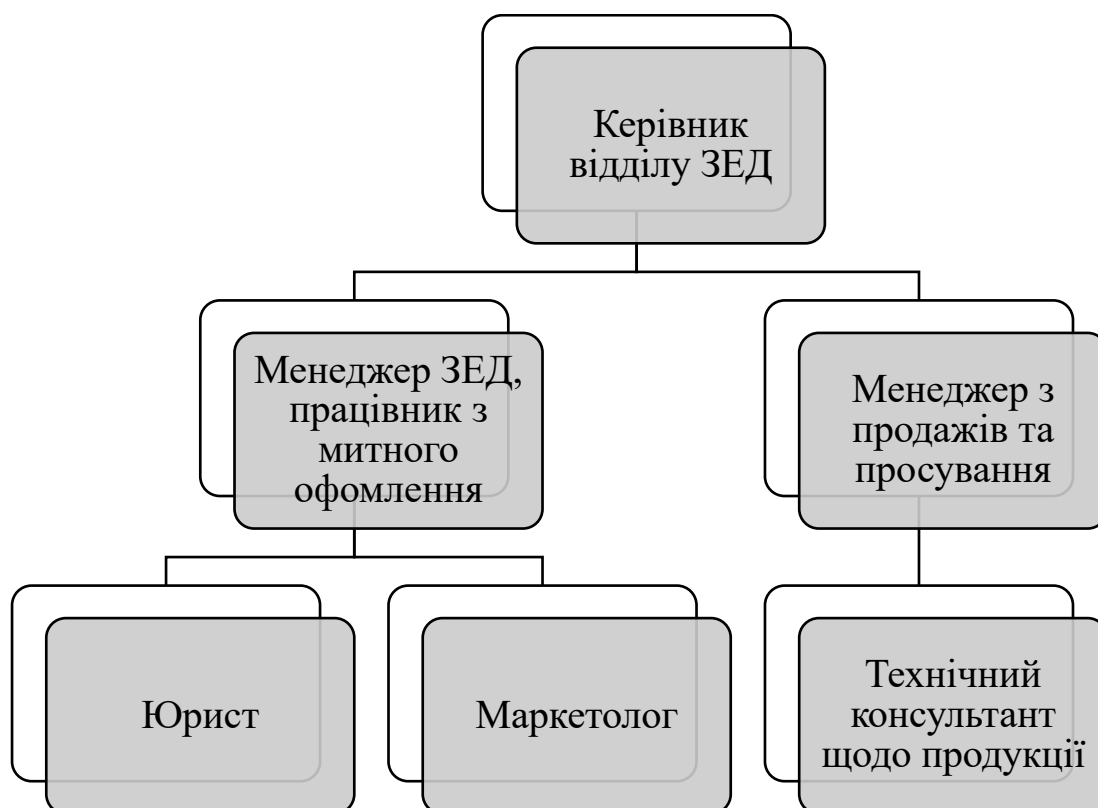


Рисунок 3.4 – Структура відділу зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: запропоновано автором на основі власних досліджень

Слід зауважити, що схема на рисунку 3.4 є класичною та загальнопоширеною для промислових підприємств.

У ТОВ «Склоресурс» в штатному розписі вже є деякі працівники, які виконують задачі в межах ЗЕД. А саме:

- Керівник відділу ЗЕД, уповноважений виконувати ці обов'язки є директор з розвитку підприємства.

- Менеджер з продажів, який спеціалізується також на зовнішньоекономічних ринках.

- Юридичний відділ, в межах якого працівники також складають договори та консультує щодо змін в законодавстві, встановлених митних та податкових нормах.

- Технічний консультант продукції, цю роль виконують керівники відділів та виробничих цехів або ж начальник виробництва залежно від потреба та виді продукції, яка експортується.

Послуги маркетолога підприємство закупувало як фріланс, що насправді є дуже затратним способом. З розвитком та розширенням зовнішньоекономічної діяльності підприємству слід найняти спеціаліста в штат, це допоможе отримувати своєчасну та регулярну інформацію аналізу ринку та ефективно просування товарів.

Раніше митне оформлення договорів забезпечував менеджер з просування та директор з розвитку підприємства, але розширення операцій експорту та вихід на нові ринки спричинили необхідність найняти окремого спеціаліста, який добре володіє інформацією щодо митного регулювання. Додатковою функцією для цього працівника буде управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «Склоресурс» у межах встановлених цілей.

У таблицях 3.8 – 3.11 наведено витрати на найм персоналу, організацію робочих місць та безпосередню їхню діяльність.

Таблиця 3.8 – Амортизаційні відрахування

Найменування основних засобів	Кількість од.	Первісна вартість, грн	Термін використання, роки	Сума амортизації, грн
Стіл з стільцем	2	5000	7	1428,6
Додаткова шапка	1	2800	5	560,0
Ноутбук	2	39000	5	15600,0
Стаціонарний телефон	1	1700	5	340,0
Інші засоби для роботи (в т.ч. канцтовари)	2	1200	1	2400,0
Всього	-	64600	-	20328,6

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Оскільки офіс адміністративного персоналу досить просторий, то формування робочих місць відбудеться в його межах. Таким чином, ми заощаджуємо витрати на ремонт, додаткове обладнання та освоєння робочого кабінету.

Загальні витрати на купівлю основних засобів – 64600 грн, а щомісячні амортизаційні відрахування становитимуть – 20328,6 грн.

З наведеної вище інформації, є необхідність найму 2 додаткових працівників, фонд оплати праці яких, наведено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9 – Витрати на найм працівників

Показник	Значення за місяць, грн	Значення за рік, грн
Оплата праці менеджера ЗЕД	27000	324000
Оплата праці маркетолога	24000	288000
ЄСВ	11220	134640
Всього	62220	746640

Джерело: розраховано автором на основі [63]

Аналіз ринку праці показав, що конкурентною заробітною платою для найму менеджера ЗЕД буде 27000 грн на місяць.

У той час, як оплата праці маркетолога для просування продукції буде знаходитись на рівні 25000 грн у Рівненській області.

Найм двох додаткових працівників зумовить додаткові витрати на ЄСВ, розміром 11220 грн щомісяця.

Таблиця 3.10 – Витрати пов'язані зі здійсненням діяльності відділу ЗЕД

Показник	Обсяг витрат на місяць, грн	Обсяг витрат на рік, грн
Створення каталогу (портфолію) продукції, витрати на оновлення та покращення	2667	32000
Розміщення на інформаційних порталах, таргетована реклама	22450	269400
Забезпечення доступу до інформаційних платформ	1500	18000
Оплата послуг зв'язку	700	8400
Інше	2000	24000
Всього	29317	351800

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Для того, щоб поставлені керівництвом цілі були досягнуті, слід створити портфоліо продукції як в електронному так і друкованому вигляді, це допоможе презентувати та просувати її в мережі Інтернет. Після розширення експорту, цей каталог буде потрібно редагувати та оновлювати, що зумовить додаткові витрати.

Для того щоб робота виконувалась якісно, потрібний доступ до різноманітних платформ з вмістом статистичних даних про світові ринки, своєчасним інформаційним забезпеченням законодавчих та митних змін, технологічні витрати (пов'язані з використанням програмного забезпечення, систем документообігу) тощо. Орієнтовна вартість таких витрат буде становити 18000 грн.

Оплата послуг зв'язку передбачає додаткові підписки на платформи для комфортної комунікації з іноземними клієнтами та партнерами.

Загальні витрати на впровадження роботи нового відділу розраховано в таблиці 3.11

Таблиця 3.11 – Обсяг витрат на діяльність відділу

Показник	Витрати на місяць, грн	Витрати на рік, грн
Фонд оплати праці (заробітна плата + ЄСВ)	62220	746640
Відрахування через амортизацію	1694,05	20328,6
Витрати пов'язані з здійсненням діяльності відділу	29317	351800
Загальна сума	93230,71	1118768,57

Джерело: розраховано автором за даними таблиць 3.8-3.10

Отже, повноцінне впровадження в роботу нового відділу на ТОВ «Склоресурс» за перший рік може призвести до появи додаткових витрат на рівні 1118768,57 грн.

Для оцінки результативності діяльності відділу ЗЕД керівництвом встановлено КРІ (фінансові та нефінансові показники ефективності).

Основним фінансовим показником ефективності є збільшення обсягу експорту гартованого скла на ринки Франції та Німеччини, що в результаті призведе до росту доходу, прибутку та зміни інших фінансових показників.

Враховуючи обрану стратегію, виробничі потужності та вантажопідйомність транспорту, можемо припустити зростання експорту на 10%, за умови ефективної діяльності відділу ЗЕД.

Серед нефінансових критеріїв оцінки ефективності роботи відділу будуть:

- Зміна стратегії ЗЕД;
- Покращення обслуговування та комунікації з партнерами і клієнтами;
- Більш детальна та професійна презентація продукції на міжнародних заходах та при комунікації з іншими суб'єктами господарювання;
- Безперебійне виконання контрактів, договорів;
- Робота з абсолютним дотриманням всіх встановлених митних та законодавчих вимог, а також якісне митне оформлення документації;
- Тривалість виконання міжнародних замовлень, налагодження логістики;
- Звітність керівництву щодо проведених досліджень ринків та планування розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Спрогнозуємо зміну результатів діяльності внаслідок розширення експорту та додаткових витрат на роботу відділу.

Таблиця 3.12 – Зміни результатів діяльності від запропонованих заходів

Показник	Значення	
	Німеччина	Франція
Обсяг реалізації продукції (приріст на 10%), м ²	1430	1430
Витрати на транспортування, грн	86735,84	150225,66
Витрати на роботу створеного відділу, грн	93230,71	
Витрати на сертифікацію СЕ маркування, грн	44790	
Сертифікат погодження, грн	1500	
Собівартість 1 м ² продукції, грн	1712,6	
Загальна собівартість 1430 м ² гартованого скла, грн	2449015,36	
Мінімальна норма рентабельності, %	35%	
Відпускна ціна 1430 м ² , грн	3306170,73	
Кінцева ціна контракту, грн	3439196,57	3502686,39
Ціна за 1 м ² , грн	2405,03	2449,43
Ціна за 1 м ² , євро	53,70	54,69

Джерело: розраховано автором

Запропоновані заходи збільшили собівартість 1 м² скла до 1712,6 грн, що в свою чергу спричинило подальше підвищення вартості до 2404,03 грн при реалізації на ринку Німеччини та до 2449,43 грн для продажу у Франції. Тобто, ми бачимо, що кількісні зміни витрат будуть незначними. Результативність від провадження запропонованих заходів, перевіримо шляхом розрахунку планового прибутку, таблиця 3.13.

Таблиця 3.13 – Розрахунок результатів від запровадження 2 рекомендаційних заходів на ТОВ «Склоресурс»

Показник	для ринку Німеччини	для ринку Франції
Виробнича собівартість, грн	2449015,357	2449015,357
Додаткові витрати від експорту, грн	90102,09	153591,91
Собівартість реалізації, грн	2539117,44	2602607,27
Чиста виручка, грн	3396272,82	3459762,64
Прибуток до оподаткування, грн	947257,46	1010747,29

Джерело: розраховано автором

Покращення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс», через роботу відділу ЗЕД та збільшення обсягів реалізованої продукції на 10% забезпечать приріст прибутку на 185510,75 грн (у порівнянні з першим заходом).

Оцінка рівня впливу розглянутих рекомендацій на діяльність ТОВ «Склоресурс» та прогнозування змін ефективності зовнішньоекономічної діяльності буде розраховано в пункті 3.3 цього розділу.

Таким чином, нами було детально проаналізовано ринок Європи, виділено потенційних клієнтів та розраховано результати від початку експортування продукції у Німеччину та Францію.

Також запропоновано сформувати цілісний відділ для забезпечення належної зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» та її подальшого розвитку.

Отже, в межах цього пункту було розглянуто найбільш пріоритетні методи стимулювання зовнішньоекономічної діяльності та розраховано кошторис витрат їх впровадження.

3.3 Прогнозування змін ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» в результаті реалізації запропонованих заходів

Аналіз проблем, шляхів їх подолання та дослідження заходів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності дав можливість виявити пріоритетні напрямки для подальшої роботи ТОВ «Склоресурс».

Після розрахунку кошторису витрат та зміни рівня доходу підприємства, внаслідок провадження двох запропонованих заходів, було виявлено можливість підвищити ефективність ЗЕД. Тож, в межах цього розділу, буде економічно розраховано ступінь впливу цих заходів на результати діяльності ТОВ «Склоресурс».

Першим запропонованим заходом, є освоєння двох нових ринків Європи – Франції та Німеччини. Це стало можливим завдяки участі підприємства у міжнародній виставці в Салоніках. На цій виставці підприємству вдалося ефективно презентувати свою продукцію та провести ряд переговорів з іноземними компаніями (переважно будівельними).

Другий захід полягає в створенні відділу ЗЕД, щоб подальша діяльність проводилася з дотриманням усіх вимог, відділ працював над вирішенням поточних проблем, мінімізацією ризиків та в цілому сприяв підвищенню ефективності результатів діяльності.

На початку запровадження нових заходів, підприємство обрало стратегію завоювання ринку (рис. 3.5). Тобто швидкий процес освоєння нового ринку за допомогою встановлення низької ціни на продукцію.

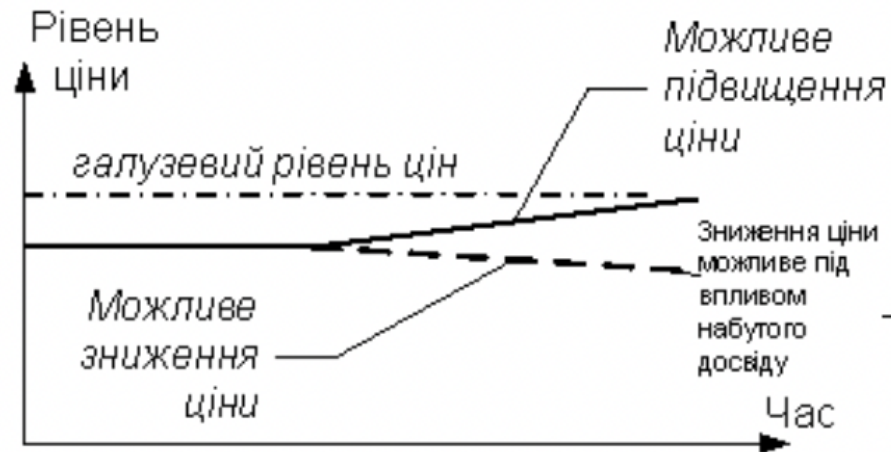


Рисунок 3.5 – Формування стратегії завоювання ринку

Джерело: [64]

Після освоєння на нових ринках, ТОВ «Склоресурс» слід підіймати ціну на свою продукцію, з врахуванням наявних тенденцій на конкретному ринку, оскільки розрив між ціною підприємства та пропонованою місцевими виробниками значний (таблиця 3.14).

Таблиця 3.14 – Порівняння ціни продукції ТОВ «Склоресурс» та ринковою.

Показник	Значення, євро	Абсолютне відхилення від ціни ТОВ "Склоресурс", євро
Ціна ТОВ "Склоресурс" на ринок Франції	54,69	-
Ціна ТОВ "Склоресурс" на ринок Німеччини	53,70	-
Франція мін. ціна	80	25,31
Німеччина мін. ціна	60	6,30
Франція макс. ціна	131,5	76,81
Німеччина макс. ціна	126,74	73,04

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Таким чином, ми бачимо, що обрана ціна при стратегії завоювання ринку є низькою, особливо у порівнянні з цінами на ринку Франції (абсолютне відхилення коливається від 25,31 до 76,81 євро за 1 м²).

У Німеччині ціни дещо нижчі, тож відхилення коливається від 6,3 євро до 73,04 євро за 1 м². Враховуючи цю інформацію, керівництво ТОВ «Склоресурс»

може здійснювати планування поступового підвищення ціни на продукцію з метою отримання вищих прибутків. Цей етап в діяльності підприємства отримає назву «етап зростання».

Тобто після адаптації на ринку та здобуття його частки, підприємство може розглянути зміну мети своєї діяльності та цінову політику. Для здійснення подальшої діяльності суб'єкту господарювання варто обрати стратегію розвитку ринку. Згідно цієї стратегії, ціллю діяльності є розширення меж ведення бізнесу шляхом охоплення більшого кола клієнтів.

У даному випадку компанія може або освоювати нові ринки, або працювати з новими сегментами споживачів. Другий варіант є простішим та менш затратним для ТОВ «Склоресурс». Оскільки на ринках Франції та Німеччини вже є клієнти, які ознайомлені з товаром та розуміють його цінність, підприємство має відгуки та надає якісні послуги, за допомогою роботи відділу ЗЕД формується імідж і безперервне просування продукції. А на основі цього, існуючі та нові споживачі можуть бути зацікавлені в продукції, навіть за умови вищої вартості.

Оскільки розрахунки таблиці 3.13 свідчать про значний розрив пропонованої та світової ціни на гартоване скло, спрогнозуємо зміну показників результатів діяльності підприємства за умови зміни вартості та обсягу реалізованого скла в наступні 3 роки.

Таблиця 3.15 – Прогнозування зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Склоресурс» на три роки

Показник	1-й місяць діяльності		1-й рік	
	Франція	Німеччина	Франція	Німеччина
Ціна за 1 м ²	2449,4	2405,0	2449,4	2405,0
Обсяг реалізованої продукції, м ²	1430,0	1430,0	17160,0	17160,0
Собівартість продукції, грн	2449015,357	2449015,4	29388216,0	29388216,0
Витрати від експорту, грн	153591,9	90102,1	1843102,9	1081225,0
Собівартість реалізації, грн	2602607,3	2539117,4	31231318,9	30469441,0
Чиста виручка, грн	3459762,6	3396272,8	41517194,5	40755316,6
Прибуток, грн	1010747,3	947257,5	12128978,5	11367100,6

Продовження табл. 3.15

Показник	2-й рік		3-й рік	
	Франція	Німеччина	Франція	Німеччина
Ціна за 1 м ²	3674,1	3607,5	5511,2	5411,3
Обсяг реалізованої продукції, м ²	38400,0	38400,0	57600,0	57600,0
Собівартість продукції, грн	65763840,0	65763840,0	98645760,0	98645760,0
Витрати від експорту, грн	3645810,8	2122055,0	5448518,8	3162885,1
Собівартість реалізації, грн	69409650,8	67885895,0	104094278,8	101808645,1
Чиста виручка, грн	92426994,8	90903239,0	138620294,8	136334661,1
Прибуток, грн	26663154,8	25139399,0	133171776,0	133171776,0

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Для того, щоб закріпити свої позиції на ринку, в перший рік діяльності підприємство зберігатиме ціну реалізації, на рівні початкової. Враховуючи це, підприємству не доцільно значно розширювати обсяг реалізації. Таким чином, в перший рік прибуток від продажу 34320 м² (по 1430 м² щомісячно на кожен з ринків) становитиме 23496079,1 грн.

Слідуючи стратегії розвитку ринку, ТОВ «Склоресурс» буде поступово розширювати обсяг реалізації продукції, а тому планування діяльності на другий рік включатиме експортування 3200 м² продукції (максимальна завантаженість 2 транспортних засобів). Виходячи з цього, слід наближати ціну до ринкової, а тому вартість гартованого скла для Франції становитиме 3674,1 грн, а в Німеччині – 3607 грн за 1 м².

Відповідно, на третій рік обсяг продукції на продаж становитиме 4800 м² (для повного використання трьох транспортних засобів), а ціна буде наближена до ціни аналогічної за якістю продукції на ринку Німеччини та Франції (5411,3 грн та 5511,2 грн за 1 м² відповідно).

На основі розрахунків побудуємо стовпчасту діаграму зростання прибутку за аналізований період (рис. 3.6)

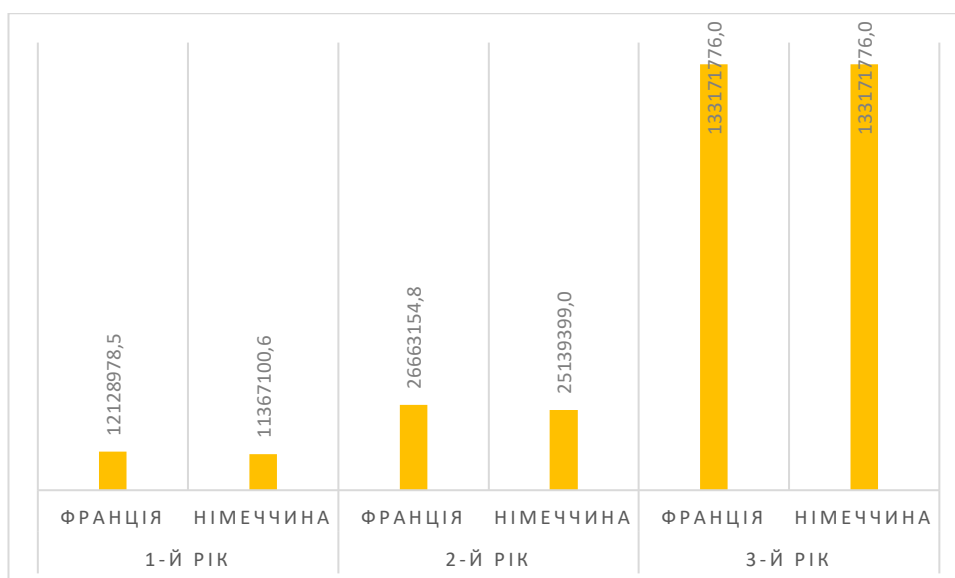


Рисунок 3.6 – Планування прибутку підприємства

Джерело: побудовано автором

На основі розрахунків, ми бачимо незначне зростання прибутків у першому плановому році. Це є цілком очевидний результат, зумовлений обраною стратегією та виходом на нові ринки. Наступні два роки спостерігається стрімке зростання прибутку підприємства, після впровадження запропонованих заходів, а це свідчить, що обрана нова стратегія буде ефективною.

Тепер розрахуємо зміни показників підприємства від запропонованих заходів (таблиця 3.16).

Таблиця 3.16 – Результативність запропонованих заходів

Показник, тис. грн	2023 рік	2024 (планов. рік)	2025 (планов. Рік)	Абсолютне відхилення		Темп приросту, %	
				2024/2023	2025/2024	2024 до 2023	2025 до 2023
Чистий дохід	719191	801463,5	984793,7	82272,5	183330,2	111,4%	136,9%
Собівартість реалізованої продукції	565162	623938,43	696689,68	58776,4	72751,2	110,4%	123,3%
Валовий прибуток	154029	177525,1	288104,07	23496,1	110579,0	115,3%	187,0%
Інші операційні доходи	16224	16224	16224	0,0	0,0	100,0%	100,0%
Адміністративні витрати	18808	19554,64	19589,64	746,6	35,0	104,0%	104,2%
Витрати на збут	48840	51764,33	54607,87	2924,3	2843,5	106,0%	111,8%

Продовження табл. 3.16

Інші операційні витрати	14578	14843,31	15254,5	265,3	411,2	101,8%	104,6%
Прибуток від операційної діяльності	88027	107586,80	214876,06	19559,8	107289,3	122,2%	244,1%
Інші фінансові доходи	426	426	426	0,0	0,0	100,0%	100,0%
Інші доходи	541	541	541	0,0	0,0	100,0%	100,0%
Фінансові витрати	3385	3385	3385	0,0	0,0	100,0%	100,0%
Прибуток до оподаткування	85609	105168,80	212458,06	19559,8	107289,3	122,8%	248,2%
Чистий прибуток підприємства	70199,38	86238,42	174215,61	16039,0	87977,2	122,8%	248,2%

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Отже, запропоновані заходи принесуть підприємству бажаний результат, у вигляді підвищення ефективності його зовнішньоекономічної діяльності та позитивних змін економічних показників.

Ми бачимо, зростання чистої виручки на 11,4% в перший плановий рік та на 36,9% в наступний. Через ефект масштабу зростання собівартості реалізованої продукції відбулося не так стрімко (на 10,4% в 2024 році та 23,3% в 2025). Проведені обрахунки, свідчать, що чистий прибуток зросте на 16039,0 тис. грн у перший рік та 87977,2 тис. грн вже наступного року. Це стало можливим завдяки зміні стратегії діяльності, підвищенню ціни на продукцію та збільшенню обсягу її реалізації.

Розрахунок темпу приросту підтверджує, зроблений вище, висновок: в перший рік спостерігається незначне зростання показників, через обрану стратегію завоювання ринку, підприємство тільки опануватиме нові ринки, його ціна є низькою, для залучення клієнтів, а обсяг продукції лише для транспортування одним автомобілем. У той час, як в другий плановий рік спостерігається позитивний приріст для всіх економічних показників.

Для того щоб оцінити вплив запропонованих заходів було розраховано також показники рентабельності (табл. 3.17).

Таблиця 3.17 – Показники рентабельності

Показник	2023 рік	1-й плановий рік	2-й плановий рік
Валова рентабельність реалізованої продукції	21,42%	22,15%	29,26%
Операційна рентабельність реалізованої продукції	12,24%	13,42%	21,82%
Чиста рентабельність реалізованої продукції	9,76%	10,76%	17,69%
Рентабельність основної діяльності	27,25%	28,45%	41,35%

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Валова рентабельність реалізованої продукції мала незначне підвищення, через велику частку собівартості, проте ефект масштабу зумовив підвищення показника в другому плановому році (до 29,26%).

Запропоновані рекомендації мають позитивний вплив на результати діяльності підприємства в майбутній перспективі. Рентабельність основної діяльності в перший рік зросла на 1,20%, а далі спостерігається значний її приріст на другому році запроваджених змін (до 41,35%).

Незначних змін у перший рік досяг показник операційної рентабельності реалізованої продукції, а саме зростання на 1,18%, оскільки операційний прибуток підприємства не збільшився настільки стрімко, як чистий дохід (це пояснюється високою часткою витрат на собівартість продукції та додатковими витратами на створення відділу ЗЕД).

Після ефективного впровадження запропонованих заходів ТОВ «Склоресурс» може надати перевагу стратегії географічної диверсифікації. Тобто, добре освоївшись на європейських ринках, почати досліджувати нові, розширити географію збуту продукції та сегменти споживачів.

Таким заходом у межах зовнішньоекономічної діяльності може стати експансія діяльності на азійський ринок, який є новим для підприємства. Тож традиційним способом вивчення нового ринку та його освоєння є участь у ще одній виставці. Сформуємо подальші кроки підприємства за цим заходом.

Проаналізувавши ринок, було обрано профільну виставку, яка проходить щороку, найближчий захід – у лютому 2025 року в столиці Тайланду, Бангкок.

Обрана виставка має назву «Glassman Asia» – це міжнародна виставка, яка націлена на підприємства в галузі виготовлення та оброблення скла. Основні сфери, які об'єднує виставка є: обладнання, технології та інноваційні підходи для виготовлення й обробки скла. Оскільки дана виставка об'єднує підприємства-виробники продукції, а також покупців, які зацікавлені в купівлі прогресивної та сучасної продукції, то це є чудовим способом для досліджуваного господарства заявити про себе на новому ринку.

Для нових учасників дана виставка пропонує такі можливості [65]:

1. Формування міцного нетворкінгу;
2. Презентація своєї продукції за допомогою виставкового стенду;
3. Розширення кола партнерів;
4. Пошук потенційних клієнтів.

На наш погляд, дана виставка відкриває нові горизонти для ТОВ «Склоресурс» у напрямках отримання нових іноземних клієнтів, обмін досвідом, перейняти знання іноземних партнерів, здобути нові проекти.

Для участі в даній виставці було обрано найбільш інноваційну продукцію ТОВ «Склоресурс» – «Смарт тримплекс». Цей вид скла являє собою тримплекс, який може змінювати ступінь прозорості. Процес його виготовлення полягає в ламінуванні скла за допомогою smart-плівки, яка в свою чергу може реагувати на рівень електричної напруги. Тобто, при увімкненні це скло буде прозорим, а якщо вимкнути – матовим. Ступінь прозорості регулюється пультом просто за секунди. А саме скло може бути різних форм, гнутим з додаванням унікального дизайну, що розширює сфери його використання [66].

Таке скло можна використовувати для конференц залів, офісів, житлових будівель та інших споруд. Даний продукт вважається інноваційним на ринку, оскільки адаптується під потреби споживача.

Дуже важливим при участі у виставці є підготовка стенду, для цього можна скористатись послугами компанії «Expo Stand Builder», яка займається створенням унікальних ексклюзивних виставкових стендів, зокрема в Тайланді.

Процес створення стенду передбачає велику кількість етапів, а саме: консультування щодо виставки, обговорення дизайну стенду, створення 3D макету, затвердження ескізу виставкового стенду та кошторису на його будівництво, створення графіки, освітлення, розміщення виставкових експонатів на стенді, підключення виставкового стенду до електропостачання, формування рекламних буклетів та їх друк, транспортування стенду до місця проведення виставки, його монтаж, допомога в організаційних заходах, подальші демонтажні роботи [67].

Перевагою використання послуг компанії «Expo Stand Builder» є те, що вони надають комплексне рішення по створенню стенду, а також всіх додаткових робіт безпосередньо у місті проведення виставки.

Таким чином, кошторис витрат на участь у виставці можна простежити в таблиці 3.18.

Таблиця 3.18 – Обсяг витрат ТОВ «Склоресурс» на участь у виставці

Стаття витрат	Витрати грн.
Вартість створення стенду, а також додаткових робіт, грн	328000
Оренда виставкової площі 9 м ² , грн	110700
Витрати на проживання, добові витрати, на дорогу для представників компанії (3 осіб), тривалість виставки 2 дні, грн	123000
Маркетингові заходи, грн	12300
Логістика та транспортування продукції, грн	82000
Реєстраційний внесок для участі, грн	20500
Загальні витрати, грн	676500

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Отже, загальні витрати підприємства на участь у виставці становитимуть 676500 грн. Для того щоб результативно представити компанію, делегація працівників з 3 осіб: менеджера стенду, для координації роботи делегації, технічного спеціаліста для якісної та детальної презентації смарт тримплексу та менеджера з продажів задля пошуку нових клієнтів та укладання угод.

Оскільки підприємство представить високотехнологічну та інноваційну продукцію, то стає очевидно, що вона спричинить зацікавленість іноземних покупців.

У межах участі у виставці, звісно ж налагоджується партнерські взаємовідносини України та Тайланду. Тож першого клієнта суб'єкт господарювання може отримати саме з цієї країни. А найбільш бажаними клієнтом для ТОВ «Склоресурс» звісно є Китай.

Тож визначимо, які є вимоги та обмеження для транспортування продукції до цих країн (таблиця 3.19). Для порівняння обрано товар з кодом 7007290000. До цієї категорії відносять безпечне скло, до якого відносять загартоване або багат шарове скло (ламіноване та інше багат шарове безпечне скло).

Таблиця 3.19 – Аналіз вимог до скла, імпортованого з України, в Китаї та Тайланді

Вимоги до товару	Китай	Тайланд
Митний тариф	14%	10%
Торгові засоби захисту	немає	немає
Нормативні вимоги	18	0

Джерело: сформовано автором на основі [60]

До продукції в категорії 700729 окремо застосовується 13 вимог, які стосуються маркування, упаковки, транспортування та невживання шкідливих речовин. Також є 6 додаткових вимог, які Китай встановлює до будь-якої продукції, що імпортується. Отож, розглянемо детальніше нормативні вимоги Китаю:

- В 220 обмежене використання шкідливих речовин (радіонуклідів);
- В 310 маркування продукції;
- В 320 вимоги до маркування;
- В 330 вимоги до упакування та транспортування;
- В 420 умови ТВТ, які стосуються транспортування та зберігання;
- В 190 дозвіл на імпортування та ліцензування (пов'язані з ТВТ)
- В 700 вимоги якості, безпеки та продуктивності продукції.

Оскільки це лише можливі рекомендації, щодо подальшого планування діяльності, а сама виставка буде проходити в наступному році, то обрахувати точно

і правильно ціну продукції та результативність такого заходу на даному етапі все ще складно. Та все ж у таблиці 3.20 наведено розрахунок ціни реалізації продукції на ринках Китаю та Тайланду.

Таблиця 3.20 – Вартість реалізації скла на ринок Китаю та Тайланду

Показник	Значення	
	Китай	Тайланд
Відстань від підприємства до країни, км.	12898	9911
Вартість транспортування (автотранспортом) за 1 км, дол. США	1,2	
Курс 1 долара до гривні	41,44	
Витрати на транспортування суходелом, грн	641391,74	492854,2
Страховання (0,05% від вартості)	9450,00	9450,00
Навантаження, фрахт, доставка судном за 1 контейнер, дол. США	800,00	
Транспортування судном, грн	33152,00	
Максимальна вантожапідйомність контейнера, м ²	500	500
Мито (%)	14%	10%
Собівартість 1 м ² продукції, грн	28000,00	
Собівартість 1000 м ² гартованого скла, грн	14000000	
Мінімальна норма рентабельності, %	35%	
Відпускна ціна 1000 м ² , грн	18900000	
Імпортне мито в країні споживання, грн	2646000	1890000
Кінцева ціна контракту, грн	22229993,74	21325456,21
Ціна за 1 м ² в грн.	44459,99	42650,91
Ціна за 1 м ² дол. США	1072,88	1029,22

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Враховуючи велику відстань, транспортування продукції буде здійснюватися комбінованим способом: морським (судном) та автомобілем. Максимальна вантожапідйомність одного контейнера 24 тони, одна товщина смарт тримплекса є більшою аніж звичайного скла та потребує додаткових кріплень, відповідно, для вивчення ринку та початку своєї діяльності ТОВ «Склоресурс» буде використовувати один контейнер і експортували орієнтовно 500 м² на кожен новий ринок.

Таким чином, через різницю відстаней та умов експортування продукції вартість 1м² смарт тримплекса на ринку Китаю буде коштувати 1072,88 доларів США, а в Таїланді 1029,22 доларів США.

Аналіз ринку показав, що вартість одного метра квадратного на смарт тримплекс в Китаї становить 914-1400 доларів США [68]. У той же час ціна на ринку Таїланду значно вища, становить від 1500 до 2500 дол. США за 1 м² електрохромного смарт-тримплексу [69]. Така висока вартість на цей товар на ринку Таїланду зумовлена дуже малою кількістю пропозиції та великим попитом.

На основі проведеного дослідження, ми можемо стверджувати, що товар ТОВ «Склоресурс» може користуватись попитом на ринках Азії. Оскільки саме підприємство є високотехнологічним та інноваційним, а, пропонований товар, смарт тримплекс, має нижчу вартість на ринку, конкурентоспроможний та набуває великої популярності на даний час.

Якщо підприємство розширить свою діяльність на ринки Таїланду та Китаю, то, звісно, підвищить рівень свого прибутку. В таблиці 3.21 розраховано собівартість, виручку та прибуток від реалізації продукції на нові ринки.

Таблиця 3.21 – Результативність запропонованого заходу

Показник	Для ринку Китаю, тис. грн	Для ринку Таїланду, тис. грн	Реалізація продукції на нові ринки, тис. грн
Виробнича собівартість	14000	14000	28000
Витрати на експортні формальності	3329,99	2425,46	5755,45
Собівартість реалізації	17329,99	16425,46	33755,45
Чиста виручка	22229,99	21325,46	43555,45
Прибуток до оподаткування	8229,99	7325,46	15555,45

Джерело: розраховано автором

З таблиці 3.21 слідує, що запропонований захід є прибутковим, і підприємство може отримати вигоду від його впровадження в подальшій діяльності.

За умови експортування 1000 м² смарт тримплексу на ринок Китаю та Таїланду підприємство може отримати значну виручку у розмірі 43555,45 тис. грн, та відповідно прибуток на рівні 15555,45 тис. грн.

Однак, розширення своєї діяльності на віддалені азійські ринки, зокрема Китаю та Таїланду, потребує більш детального вивчення, консультування з експертами, аналізу всіх можливих ризиків та прогнозування перспектив такої співпраці.

Також, у межах цього пункту, було проаналізовано результативність двох запропонованих заходів (створення відділу ЗЕД та опанування ринків Німеччини та Франції). За умови впровадження їх та слідуванню розроблених стратегій, чистий прибуток підприємства вже в наступний рік може досягти рівня 86238,42 тис. грн. Підтвердженням ефективності рекомендацій є зростання показників рентабельності ТОВ «Склоресурс».

Отже, в ході проведеного аналізу було виявлено високу ефективність запропонованих заходів, а також запропоновано майбутню стратегію, подальші дії для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та сприяння її ефективності.

Висновки до розділу 3

Завершення магістерської дисертації, третім розділом, передбачає детальний аналіз проблем і перешкод, що сповільнюють розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства та впливають на його ефективність.

Після дослідження ринку та статистичної інформації щодо експортно-імпортних операцій відносно скла, було виявлено, що з початком повномасштабного вторгнення сукупність проблем та факторів саме негативного впливу зростає.

Серед найбільш вагомих можна виділити такі: постійна загроза життю та безпеці трудового персоналу, ризик руйнування виробництва, зміна переліку контрагентів, ускладнення процесів логістики та транспортування, зміна ринків

взаємодії та переліку постачальників, мінливість валютних курсів, нестабільна ситуація в країні, зміни в законодавстві та регулярні обмеження з боку держави.

Для того, щоб підприємство могло побороти дані перешкоди, йому слід акумулювати власні ресурси, використовувати внутрішні та зовнішні чинники на власну користь, розширювати коло партнерів, мінімізувати залежність від одного ринку, створювати гнучкі та ретельні плани діяльності, залучати іноземні інвестиції, а також приймати участь в міжнародних заходах націлених на розвиток ЗЕД.

Також ТОВ «Склоресурс» необхідно взяти до уваги наявність великої кількості можливостей для розширення своєї зовнішньоекономічної діяльності та зменшення рівня витрат від її впровадження. Наприклад, підприємство може зосередити увагу на таких варіантах:

- Отримання грантів від торгово-промислових палат, зокрема, було виявлено, що Торгово-промислова пата України здійснює підтримку вітчизняних підприємств та сприяє їх популяризації на міжнародних заходах.

- Уряд та міністерства розробляють програми допомоги експортерам. Для прикладу, МЗС нещодавно запустило платформу «Nazovni», яка є корисним інструментом для здобуття інформації щодо експортування продукції, в питаннях освоєння нових ринків та розширення кола партнерів.

- Потужну допомогу в останні роки українські підприємства отримують від Європейського союзу, який створює велику кількість грантів та програм підтримки малого та середнього бізнесу.

- Співпраця з міжнародними організаціями задля покриття витрат на участь в міжнародних заходах та розвиток власної продукції (наприклад програми розроблені Європейським Банком реконструкції та розвитку).

Для того, щоб підвищити ефективність ТОВ «Склоресурс» за допомогою ЗЕД, було запропоновано ряд заходів. Серед яких основну увагу зосереджено на участі в міжнародних виставках. Оскільки це досить економічний, і в той же час, потужний інструмент для вивчення нових ринків, популяризації власної продукції, розширення кола партнерів та споживачів.

Після аналізу ринків Європи, було запропоновано та аргументовано переваги виходу на ринок Німеччини та Франції. Загалом реалізація 2860 м² матиме дійсно позитивний ефект на діяльність підприємства, оскільки може призвести до підвищення чистого прибутку на 16039,0 тис. грн.

Для того, щоб здійснювати якісну та результативну ЗЕД, підприємство повинне бути забезпечення кваліфікованим персоналом. Тому другий захід був зосереджений на формуванні відділу ЗЕД, який забезпечить безперебійну та якісну міжнародну діяльність компанії. Витрати підприємства від цього напрямку становитимуть 93230,71 грн щомісяця.

На першому етапі підприємство буде діяти під стратегією завоювання ринку, а в процесі його освоєння може розширювати обсяг реалізації та наближати свою вартість продукції до місцевих виробників. Наступний період діяльності компанії матиме назву «етап зростання».

У другий рік діяльності, ТОВ «Склоресурс» може отримати чистий прибуток на рівні 174215,61, за умови реалізації 76800 м² зміцненого скла, вартість якого становитиме 3674,1 грн за 1 м² на ринку Франції та 3607,5 грн в Німеччині.

У межах пункту 3.3 було розраховано не тільки економічну ефективність запропонованих заходів, а й розглянути подальшу стратегію діяльності. На наш погляд, ТОВ «Склоресурс» у наступні роки може змінити свій пріоритет діяльності на стратегію географічної диверсифікації, опанувавши ринки Китаю та Таїланду.

Для цього, компанія може запропонувати новітнє рішення в галузі обробки скла – смарт тримплекс. Оцінка витрат на постачання продукції на азійські ринки, показала, що вартість 1 м² на ринку Китаю становитиме 1072,88 дол. США, а в Таїланді 1029,22 дол. США. При цьому дана продукція є малопоширеною, високотехнологічною та конкурентоспроможною, а тому точно може викликати інтерес у будівельних компаній.

Отже, в межах третього розділу, було запропоновано та економічно обґрунтовано дієві заходи для ТОВ «Склоресурс», які забезпечують підвищення розвитку його зовнішньоекономічної діяльності.

ВИСНОВКИ

Завершальним етапом магістерської дисертації з теми «Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою підвищення її ефективності» є формування ґрунтовних висновків, на основі напрацьованого матеріалу.

Перш за все, у дисертації доведено, що зовнішньоекономічна діяльність є необхідним інструментом забезпечення глобального розвитку, сприяє утворенню тісних взаємовідносин між суб'єктами для створення перспектив подальшої діяльності, досягнення розвитку в довгостроковій перспективі. Було виявлено, що провадження зовнішньоекономічної діяльності несе позитивний аспект для її учасників.

Автором було досліджено, що умовою здійснення підприємством успішної ЗЕД є сукупність факторів: наявність висококваліфікованого трудового потенціалу, прийняття раціональних управлінських рішень, детальне та гнучку планування діяльності, наявність ресурсів, аналіз ринків та контрагентів, вибір правильної стратегії діяльності, з врахуванням наявних умов на ринку, можливостей компанії та адаптивності товару. Не менш важливим є постійне прагнення до розвитку та удосконалення своєї діяльності.

Було вивчено етапність розвитку поняття «зовнішньоекономічна діяльність», систематизовано підходи до трактування предмету дослідження та поділу на структурні види ЗЕД. Також визначено основні функції ЗЕД, які полягають в: обміні ресурсів та продукції, міжнародний рух грошових коштів, міжнародний поділ праці та оцінювання рівня корисності продукції. Узагальнено систему принципів, за якими здійснюється ЗЕД, а саме: законодавчі, загальні та специфічні принципи. На основі цього, було аргументовано важливість розвитку ЗЕД. Адже вона впливає на всі складові елементи підприємства.

Було досліджено методологічне забезпечення процесу управління розвитком підприємства та виявлено, що основними факторами стимулу для здійснення управління є: максимізація прибутку, постійний пошук ресурсів, збільшення

тривалості життєвого циклу продукції, розподіл витрат через співпрацю з іншими суб'єктами. Автором було візуалізовано систему управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств, проаналізовано підходи, методи та інструменти управління розвитком ЗЕД.

Детально вивчено методичні підходи та напрямки оцінювання розвитку ЗЕД і запропоновано методику оцінювання. Для того, щоб оцінка діяльності була комплексною та всебічною, необхідно здійснювати комбінування, розглянутих методик.

Базою дослідження в роботі є Товариство з обмеженою відповідальністю «Склоресурс». Підприємство можна вважати провідним у галузі обробки скла, адже воно функціонує на ринку понад 18 років, його виробничі потужності займають площу понад 17600 м², щомісячно виготовляє близько 50000 м² продукції та може запропонувати споживачеві більше 60 видів скла для будь-яких потреб.

Аналіз господарських засад, показав успішність компанії через велику кількість проектів в Україні та за її межами, широке коло контрагентів, сучасне обладнання та автоматизований процес виробництва. Тобто, майновий стан підприємства знаходиться на високому рівні, оскільки відбувається регулярне оновлення ОЗ, купівля найсучаснішого обладнання та активне їх залучення при виробництві. Аналіз трудового потенціалу підприємства свідчить, що 10% персоналу становить керівництво та близько 90% підлеглих у структурі працівників. Керівництво компанії здійснює навчання працівників та забезпечує належні умов праці, що призводить до низької плинності кадрів.

Фінансово-економічний аналіз вказував на деякі негативні аспекти діяльності підприємства. Для прикладу, показники ліквідності та платоспроможності не відповідали нормативним, оскільки в підприємства немає достатнього обсягу грошових коштів на рахунках. Також ТОВ «Склоресурс» несвоєчасно здійснює погашення взятих зобов'язань, що негативно впливає на його ділову активність. Та попри ці аспекти, ТОВ «Склресурс» є прибутковими (його чистий прибуток в 2023 році був найвищим – 70199 тис. грн), розрахунок рентабельності свідчить про показники вище середнього в даній галузі, зокрема рентабельність виробництва в

останній рік становила 11,43%. А оцінка ймовірності банкрутства та настання фінансової кризи, показала, що підприємство має значущі довгострокові перспективи розвитку та йому не загрожує банкрутство.

Після оцінювання рівня зовнішньоекономічної діяльності підприємства, було виявлено, що вона здійснюється за ситуативний підходом. Напрямки ЗЕД є наступними: експортно-імпортні операції, участь в міжнародних заходах, співпраця з іноземними компаніями та інститутом IFT Rosenheim, задля міжнародної сертифікації продукції. Дослідження щодо обсягу імпорту та експорту показали спад в останні роки через пандемію та повномасштабну війну, що негативно вплинуло на рівень розвитку .

Для здійснення економіко-математичного дослідження було обрано метод аналізу ієрархії. А метою дослідження стала оцінювання напрямків розвитку ЗЕД. Отримані результати, вказують, що найвагомішою альтернативою є експортування продукції (розрахований глобальний пріоритет був на рівні 66,8%). Однак для забезпечення належного рівня розвитку ТОВ "Склоресурс" необхідно зосередити свою увагу на участі в міжнародних заходах (глобальний пріоритет становив 25,4%), оскільки дослідження попередніх розділів довело важливість цього напрямку в розвитку ЗЕД та його високий потенціал.

Аналіз проблематики та перешкод показав поточний стан вітчизняного ринку, наявність великої кількості ризиків та інших негативних факторів здійснення ЗЕД. Тож було запропоновано дієві заходи, для мінімізації впливу ризиків та ліквідації наявних перешкод, в діяльності ТОВ «Склоресурс».

Беручи до уваги напрацювання попередніх частин дисертації, автором було розроблено систему рекомендацій для підвищення рівня розвитку ЗЕД. Першим заходом, необхідним для розвитку ЗЕД, є розширення ринків збуту. На основі проведеного аналізу, було виявлено, що новими ринками можуть стати Німеччина та Франція. А для того, щоб ефективно та злагоджено провадити зовнішньоекономічну діяльність, підприємству необхідно сформувати відділ ЗЕД. Витрати на роботу якого становитимуть близько 93 230,71 грн на місяць. При

цьому розширення меж діяльності, збільшення обсягів реалізації продукції, принесуть підприємству чисту виручку в розмірі 6856035,46 грн.

Проведена економічна оцінка запропонованих заходів, підтвердила їх ефективність, зокрема через зростання чистого прибутку на 16039,0 тис. грн, а також усіх показників рентабельності. На основі запропонованих рекомендацій, спочатку підприємству слід обрати стратегію завоювання ринку, тобто ціна на його продукцію буде нижче ринкової, а обсяг реалізації незначний. Такі заходи допоможуть швидко адаптуватися на ринку, але не принесуть значних економічних приростів. Однак зі зміною її на стратегію розвитку ринку, буде спостерігатися приріст доходу від запропонованих заходів.

Після врахування підприємством розроблених та економічно обґрунтованих заходів, ТОВ «Склоресурс» може вдатися до географічної диверсифікації. Це допоможе освоїти новий напрям реалізації продукції – азійські ринки. Для цього компанія може прийняти участь у міжнародній, профільній виставці скла у Бангкоку, а витрати на це становитимуть 676500 грн. Оскільки ТОВ «Склоресурс» має в своєму портфоліо інноваційну та малопоширену продукцію, яка називається смарт тримплекс, то абсолютно можливе отримання нових контрактів. Аналіз склообробного ринку в країнах Азії виявив, що найбільш бажаними та пріоритетними, є співпраця з підприємствами Китаю та Таїланду.

Дослідивши умови експортування, розрахувавши витрати та можливий обсяг реалізації продукції на ці ринки, було виявлено, що пропонується ціна є трішки нижчою аніж ринкова в цих країнах (вартість 1м² для продажу цього виду скла в Китаї буде на рівні 44 459,99 грн, а в Таїланді становитиме 42 650,91 грн.) Таким чином, за умови експортування 1000 м² продукції компанія може отримати чисту виручку на рівні 43555,45 тис. грн.

Однак, розширення географії на азійський ринок, звісно потребує детального вивчення спеціалістами, визначення всіх можливих ризиків та проблем, дослідження переваг і прийняття керівництвом більш зваженого та економічно вигідного рішення щодо майбутньої діяльності.

Таким чином, на прикладі ТОВ «Склоресурс» було виявлено, що зовнішньоекономічна діяльність може також стати захистом та способом функціонування компанії, якщо ситуація на вітчизняному ринку є нестабільною, існує велика кількість ризиків та перешкод. До того ж, внаслідок розвитку своєї зовнішньоекономічної діяльності, підприємство має можливість досягти фінансові цілі, у вигляді збільшення обсягу реалізації продукції, отримання нових контрактів, замовлень і, звісно ж, підвищення рівня прибутків.

Підсумовуючи наведений матеріал, можна стверджувати, що розвиток зовнішньоекономічної діяльності сприяє розвитку та покращенню самого підприємства, допомагає отримати приріст фінансових показників та має сукупність нефінансових переваг.

Беручи до уваги виконану роботу та проведені дослідження, можна стверджувати, що мета роботи досягнута через виконання усіх поставлених завдань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тарлопов І. О. Теорія еволюції зовнішньоекономічної діяльності: середина XV ст. - початок XX ст. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2013. №2. С. 34-37.
2. Гордополов В. Ю. Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності резидентів України. *Ефективна економіка*. 2016. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5264> (дата звернення: 03.04.2024).
3. Ральф Девіс. Підйом протекції в Англії 1689–1786. *Огляд економічної історії* 19. 1966. №2. С. 306-307.
4. Беляєв О. О., Диба М. І., Кириленко В. І., Комяков О. М. Система економічних законів і категорій: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2005. 173 с.
5. Наумов М. С. Сутність та основні форми зовнішньоекономічної діяльності фірми : конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 62 с.
6. Новіков О. Є. Садридін Т. Ш. Систематизація наукових поглядів щодо визначення сутності терміну «Зовнішньоекономічна діяльність». *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. №2. С 183-186.
7. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. Київ, 2014. 462 с.
8. Котиш О. М., Мілько І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: організація та управління : навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 183 с.
9. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 24.12.2015 № 905-VIII. URL: http://dll.dt-kt.com/2016/03/zakon_959-XII_01012016.pdf (дата звернення: 09.04.2024).
10. Притула Н. В., Єрмакова О. А., Уханова І. О та ін. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон : монографія / за ред. Козак Ю. Г. Київ : ЦУЛ, 2016. 242 с.

11. Пергат Л. Ф Сутність стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Проблеми матеріальної культури - Економічні науки*. 2012. №88. С.114-119.
12. Кот О. В., Величко К. Ю., Носач Л. Л., Печенка О. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : конспект лекцій. Харків : ХДУХТ, 2018. 320 с.
13. Хаєцька О. П. Сучасні тенденції зовнішньоекономічної діяльності України. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. №2/2. С.79-83.
14. Гриліцька А., Синиця І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Сер. Економічні науки*. 2014. Вип. 36. С.63-67.
15. Міжнародна діяльність підприємства: організація, маркетинг. Освіта.UA: веб-сайт. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/14665/> (дата звернення 20.04.2024)
16. Павленчик А. О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: конспект лекцій. Львів: ЛДУФК 2020. 115 с.
17. Садридінєв Р. Ш. Теоретичний аспект менеджменту зовнішньоекономічної діяльності. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Сер. Економічні науки*. 2015. Вип. 2. С. 231-235.
18. Хоменко Т. Ю., Погребняк А. Ю. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2017. №11. URL: <https://ela.kpi.ua/items/096ce2ce-b195-40d8-946a-ebaе79997535> (дата звернення 23.04.2024)
19. Басюркіна Н. Й., Кузнецова К. О., Лагодієнко В. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю бізнес-суб'єктів. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. №3. С.163-169.
20. Шупрудько Н. В. Інструменти регулювання зовнішньоторговельної діяльності на регіональному рівні та їх вплив на ефективність ЗЕД мікрорівня. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1150> (дата звернення 23.04.2024).

21. Ганзюк С. М., Якубович Т. О. Вплив євроінтеграції на зовнішньоекономічну діяльність та рентабельність українських підприємств. *Економічний простір*. 2020. Вип. 160. С. 18-22.

22. Державна установа «Офіс з просування експорту». *Міністерство економіки України*: веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=88ac5bdc-ba3b-47e7-9545-65a29c3e63d9&title=OfisZProsuvanniaEksportu> (дата звернення 25.04.2024).

23. Експортний напрям. *Дія.Бізнес*: веб-сайт. URL: <https://export.gov.ua> (дата звернення 25.04.2024).

24. Кривов'язюк І. В., Тележинська Н. В. Теоретико-методичне обґрунтування та аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. №9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5762> (дата звернення 28.04.2024).

25. Хоменко Т. Ю, Круш П. В. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю. *Актуальні проблеми економіки та управління : збірних наукових праць молодих вчених*. 2017. Вип. 11. С. 40-49.

26. Гулакова В. Л., Козак Ю. Г. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Всеукраїнський форум з проблем міжнародних економічних відносин*. 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/255.pdf> (дата звернення 15.05.2024).

27. Кубів С. І., Федюк В. В. Методичні підходи до оцінювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору. *Підприємництво і торгівля*. 2020. №27. С 43-47.

28. Вівчар О. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Галицький економічний вісник. Проблеми мікро- та макроекономіки України*. 2009. Вип. 2. С. 24-30.

29. Шереметинська О. В., Варфоломєєва Ю. Р. Оцінка ефективності імпорتنих операцій підприємства. *Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 24. С. 97-100.
30. Пушкар Т. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності : метод. вказівки з виконання розрахунково-графічної роботи. Харків : ХНАМГ, 2018. 20 с.
31. Горбаль Н. І., Шлайфер М. Б. Оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств (на прикладі ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»). *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2023. №1(9). С.29-39.
32. Акименко О. Ю. Механізм регулювання зовнішньоекономічної діяльності промислового виробництва України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Львів, 2021, 537 с.
33. ТОВ «СКЛОРЕСУРС». You Control : Досьє Компанії. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/34629505/ (дата звернення 01.09.2024).
34. Склоресурс. Сучасне виробництво обробки скла гідно європейських стандартів: веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/> (дата звернення 01.09.2024).
35. Виробництво ТОВ «Склоресурс». Склоресурс : веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/productions/1> (дата звернення 02.09.2024).
36. Продукція ТОВ «Склоресурс». Склоресурс : веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/catalog> (дата звернення 04.09.2024).
37. Проекти ТОВ «Склоресурс». Склоресурс : веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/projects> (дата звернення 04.09.2024).
38. Семінари «Скло в сучасній архітектурі». Склоресурс : веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/seminars> (дата звернення 07.09.2024).
39. Мартиненко В. П. Стратегія життєздатності підприємств промисловості : навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 328 с.
40. Проскуріна Н. В., Белявцева В. В., Гусакова О. О. Економічна діагностика як інструмент регулювання регіонального ринку споживчих товарів. *Бізнес Інформ*. 2021. №12. С140-147.

41. Мартиненко В. П., Макалюк І. В. Запобігання банкрутства промислових підприємств у нестійкому ринковому середовищі. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 5 (264). С. 23-29. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8141734>
42. Зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «СКЛОРЕСУРС». You Control : ЗЕД. URL: https://youcontrol.com.ua/our_possibility/#ee-link (дата звернення 01.10.2024).
43. Статті та новини ТОВ «Склоресурс». Склоресурс : веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/news> (дата звернення 02.10.2024).
44. IFT Rosenheim. Putting quality to the test. IFT Rosenheim : Institute. URL: <https://www.ift-rosenheim.de/en/institute> (дата звернення 04.10.2024).
45. Довідник з якості продукції ТОВ «Склоресурс». URL: https://cms.skloresurs.com/uploads/A4_dovidnik_z_yakosti_skla_de4563435c.pdf (дата звернення 04.10.2024).
46. (Не)крихкий бізнес на 700 млн. грн. Forbes. URL: <https://forbes.ua/business/nekrikhkiy-biznes-na-700-mln-grn-tsya-kompaniya-vdyagla-u-sklo-35-poverkhoviy-khmarochos-ta-blizko-sotni-biznes-tsentriv-v-chomu-ii-sekret-keys-uchasnika-spisku-next250-20-26062024-21975> (дата звернення 06.10.2024).
47. Волинська Торгово-Промислова Палата : офіційний веб-сайт. URL: <https://vcci.com.ua> (дата звернення 06.10.2024).
48. Метод аналізу ієрархії. ТриумфІТ. URL: <https://dss.tg.ck.ua/ahp-help> (дата звернення 10.10.2024).
49. Коли Україна арешті налагодить власне виробництво віконного скла : УКРІНФОРМ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-vidbudova/3867104-koli-ukraina-naresti-nalagodit-vlasne-virobnictvo-vikonного-skla.html> (дата звернення 01.10.2024 р.).
50. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: Постанова НБУ від 24.02.22 р. №18. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text> (дата звернення 01.10.2024 р.).

51. Красовська Ю. В., Швець О. Ф. Вплив воєнного стану на планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник НУБГП*. 2022. №2 (98). С.112-120. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/24371/1/Ve9811%20%281%29.pdf> (дата звернення 01.10.2024 р.).

52. Статистична інформація : Зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 03.10.2024 р.).

53. Risk Map. Aon Risk Portal. URL: <https://www.riskmaps.aon.co.uk/PoliticalRisk/Map> (дата звернення 06.10.2024 р.).

54. Thessaloniki International Trade Fair. Wayback Machine : Reports. URL: <https://web.archive.org/web/20060502095655/http://www.tif.gr/> (дата звернення 07.10.2024).

55. Thessaloniki International Fair у 2024 в Салоніки, Греція. Expo Stand Builder: Events. URL: <https://expostandbuilders.com/uk/country-greciya/city-saloniki/expt-thessaloniki-international-fair> (дата звернення 07.10.2024).

56. Інформація щодо проведення 88-ої Міжнародної виставки “THESSALONIKI INTERNATIONAL FAIR” (07 – 15 вересня 2024 р., м. Салоніки, Грецька Республіка). Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=cbca66d6-ad96-40adb32c-0eade57e0242&title=InformatsiiaSchodoProvedennia88-oiMizhnarodnoiVistavkithessalonikiInternationalFair-07-15-Veresnia2024-R-M-Saloniki-GretskaRespublika-> (дата звернення 09.10.2024).

57. 88th TIF 7-15 September. Thessaloniki International Fair : Home page. URL: <https://www.thessalonikifair.gr/en> (дата звернення 09.10.2024).

58. Production in industry (annual data). Eurostat: Datasets. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/sts_inpr_a (дата звернення 11.10.2024).

59. Next Generation Displays: Glass Matters. World Trade Organization : trade topics. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tratop_e.htm (дата звернення 11.10.2024).

60. Market Access Condition. International Trade Center : Market Access Map. URL: <https://www.macmap.org/> (дата звернення 12.10.2024).
61. ESG and VSG glass made to measure. Glaskante.De : expert advice & delivery service. URL: <https://www.glaskante.de/bg/ESG/> (дата звернення 14.10.2024).
62. Custom tempered glass. La Centrale du Verre : Verre tempe. URL: <https://lacentraleduverre.com/12-verre-trempe-sur-mesure> (дата звернення 14.10.2024).
63. Ваша нова робота, вакансії по всій Україні. Jooble. URL: <https://ua.jooble.org> (дата звернення 16.10.2024).
64. Григорчук В. Маркетинг. Частина друга : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2007. 380 с.
65. GLASSMAN ASIA 2025: Home page. URL: <https://glassmanevents.com/asia> (дата звернення 20.10.2024).
66. Відкрийте нові горизонти зі смарт-тримплексом. Склоресурс : веб-сайт. URL: <https://skloresurs.com/news/22> (дата звернення 19.10.2024).
67. Забудовник виставкових стендів у Таїланді. Expo Stand Builder : Events. URL: <https://expostandbuilders.com/uk/exhibition-booth-builder-in-bangkok-thailand> (дата звернення 21.10.2024).
68. Smart Glass Cost and Smart Film Price. URL: <https://www.smartglasscountry.com/news/smart-glass-cost-and-smart-film-price> (дата звернення 25.10.2024).
69. Smart Glass Cost-Benefit Analysis. Smart Glass World. URL: <https://www.smartglassworld.net/smart-glass-cost-benefit> (дата звернення 25.10.2024).

ДОДАТКИ



Рисунок А.1 – Ієрархічна структура ТОВ «Склоресурс»

Таблиця Б.1 – Звіт про фінансовий стан ТОВ «Склоресурс» у 2021 році

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Склоресурс"	Дата (рік, місяць, число)	2022 01 01
Територія	РІВНЕНСЬКА	за ЄДРПОУ	34629505
Організаційно-правова форма господарювання	Приватне підприємство	за КАТОТТГ ¹	UA56040110010080334
Вид економічної діяльності	Формування й оброблення листового скла	за КОПФГ	120
Середня кількість працівників ²	278	за КВЕД	23.12
Адреса, телефон	35600, РІВНЕНСЬКА, ДУБНО, вулиця Семидубська, 105		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			v
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2021 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	231	231
накопичена амортизація	1002	231	231
Незавершені капітальні інвестиції	1005	18 915	47 882
Основні засоби	1010	199 171	231 789
первісна вартість	1011	275 676	359 490
знос	1012	76 505	127 701
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	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	218 086	279 671
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	71 141	109 802
виробничі запаси	1101	60 394	106 046
незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	927	1 176
товари	1104	9 820	2 580
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	10 508	9 344
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	13 972	175 255
з бюджетом	1135	3 073	54
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	392	596
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	8 592	12 969
готівка	1166	2	3
рахунки в банках	1167	8 590	12 966
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
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	18 529	59 711
Усього за розділом II	1195	126 207	367 731
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	344 293	647 402

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	31 426	33 337
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	78 507	132 221
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	109 933	165 558
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	94 806	73 530
Інші довгострокові зобов'язання	1515	11 686	9 516
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	106 492	83 046
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	17 649	19 311
розрахунками з бюджетом	1620	2 707	8 884
у тому числі з податку на прибуток	1621	2 278	4 684
розрахунками зі страхування	1625	488	648
розрахунками з оплати праці	1630	1 811	2 457
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	103 418	340 869
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 795	26 629
Усього за розділом III	1695	127 868	398 798
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість акцій (квот) в емісійному фонду	1800	-	-
Баланс	1900	344 293	647 402

Керівник

Кірічук Олександр Михайлович

Головний бухгалтер

Ковальчук Наталія Василівна

1 Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та території територіальних громад.

2 Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Таблиця Б.2 – Звіт про фінансові результати ТОВ «Склоресурс» за 2021 рік

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Склоресурс" (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
			2022	01	01
			34629505		
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)					
за		Рік 2021	р.		
			Форма № 2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ					
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року		
1	2	3	4		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	634 646	352 859		
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-		
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-		
<i>премії, передані у перестраховання</i>	2012	-	-		
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	-	-		
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	-	-		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(525 673)	(279 279)		
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-		
Валовий:					
прибуток	2090	108 973	73 580		
збиток	2095	(-)	(-)		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-		
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	-	-		
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	-	-		
Інші операційні доходи	2120	13 977	5 580		
у тому числі:	2121	-	-		
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>					
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-		
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-		
Адміністративні витрати	2130	(10 084)	(7 320)		
Витрати на збут	2150	(39 740)	(22 683)		
Інші операційні витрати	2180	(3 137)	(17 625)		
у тому числі:	2181	-	-		
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>					
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-		
Фінансовий результат від операційної діяльності:					
прибуток	2190	69 989	31 532		
збиток	2195	(-)	(-)		
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-		
Інші фінансові доходи	2220	17	4		
Інші доходи	2240	683	411		
у тому числі:	2241	-	-		
<i>дохід від благодійної допомоги</i>					
Фінансові витрати	2250	(5 183)	(4 014)		
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)		
Інші витрати	2270	(-)	(-)		
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-		

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	65 506	27 933
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(11 792)	(5 028)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	53 714	22 905
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	53 714	22 905

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	406 929	221 775
Витрати на оплату праці	2505	45 972	23 436
Відрахування на соціальні заходи	2510	9 986	5 135
Амортизація	2515	53 036	32 619
Інші операційні витрати	2520	48 187	27 764
Разом	2550	564 110	310 729

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Кірічук Олександр Михайлович

Ковальчук Наталія Василівна

Таблиця Б.3 – Звіт про фінансовий стан ТОВ «Склоресурс» у 2022 році

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку І "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Склоресурс"	Дата (рік, місяць, число)	2023	01	01
Територія	РІВНЕНСЬКА	за ЄДРПОУ	34629505		
Організаційно-правова форма господарювання	Приватне підприємство	за КАТОТТГ І	UA56040110010080334		
Вид економічної діяльності	Формування й оброблення листового скла	за КОПФГ	120		
Середня кількість працівників	² 278	за КВЕД	23.12		
Адреса, телефон	35600, РІВНЕНСЬКА, ДУБНО, вулиця Семидубелька, 105	0675449302			

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку	V
за міжнародними стандартами фінансової звітності	

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2022 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	231	231
накопичена амортизація	1002	231	231
Незавершені капітальні інвестиції	1005	47 882	19 575
Основні засоби	1010	231 789	258 411
первісна вартість	1011	359 490	443 720
знос	1012	127 701	185 309
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	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	279 671	277 986
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	109 802	119 338
виробничі запаси	1101	106 046	116 554
незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	1 176	1 429
товари	1104	2 580	1 355
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	9 344	5 919
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	175 255	84 401
з бюджетом	1135	54	689
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	596	1 019
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12 969	364
готівка	1166	3	3
рахунки в банках	1167	12 966	361
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
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	59 711	45 730
Усього за розділом II	1195	367 731	257 460
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	647 402	535 446

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (найовий) капітал	1400	33 337	33 337
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	132 221	158 585
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	165 558	191 922
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	73 530	50 124
Інші довгострокові зобов'язання	1515	9 516	1 545
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	83 046	51 669
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями:	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	19 311	4 291
розрахунками з бюджетом	1620	8 884	2 349
у тому числі з податку на прибуток	1621	4 684	1 862
розрахунками зі страхування	1625	648	662
розрахунками з оплати праці	1630	2 457	2 362
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	340 869	269 544
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	26 629	12 647
Усього за розділом III	1695	398 798	291 855
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	647 402	535 446

Керівник

Кірічук Олександр Михайлович

Головний бухгалтер

Ковальчук Наталія Василівна

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

² Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



Таблиця Б.4 – Звіт про фінансові результати ТОВ «Склоресурс» за 2022 рік

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Склоресурс"	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
			2023	01	01
	(найменування)	за ЄДРПОУ	34629505		
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)					
за	Рік 2022	р.			
		Форма № 2 Код за ДКУД	1801003		
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ					
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року		
I	2	3	4		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	543 642	634 646		
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	<i>2010</i>	-	-		
<i>премії підписані, валова сума</i>	<i>2011</i>	-	-		
<i>премії, передані у перестраховування</i>	<i>2012</i>	-	-		
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	<i>2013</i>	-	-		
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	<i>2014</i>	-	-		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(449 788)	(525 673)		
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	<i>2070</i>	-	-		
Валовий:					
прибуток	2090	93 854	108 973		
збиток	2095	(-)	(-)		
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	<i>2105</i>	-	-		
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	<i>2110</i>	-	-		
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	<i>2111</i>	-	-		
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	<i>2112</i>	-	-		
Інші операційні доходи	2120	15 381	13 977		
<i>у тому числі:</i>	<i>2121</i>	-	-		
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>					
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2122</i>	-	-		
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	<i>2123</i>	-	-		
Адміністративні витрати	2130	(11 051)	(10 084)		
Витрати на збут	2150	(35 087)	(39 740)		
Інші операційні витрати	2180	(28 047)	(3 137)		
<i>у тому числі:</i>	<i>2181</i>	-	-		
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>					
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2182</i>	-	-		
Фінансовий результат від операційної діяльності:					
прибуток	2190	35 050	69 989		
збиток	2195	(-)	(-)		
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-		
Інші фінансові доходи	2220	87	17		
Інші доходи	2240	1 306	683		
<i>у тому числі:</i>	<i>2241</i>	-	-		
<i>дохід від благодійної допомоги</i>					
Фінансові витрати	2250	(4 291)	(5 183)		
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)		
Інші витрати	2270	(-)	(-)		
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	<i>2275</i>	-	-		

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	32 152	65 506
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(5 788)	(11 792)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	26 364	53 714
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	26 364	53 714

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	429 266	406 929
Витрати на оплату праці	2505	30 511	45 972
Відрахування на соціальні заходи	2510	6 886	9 986
Амортизація	2515	63 969	53 036
Інші операційні витрати	2520	28 274	48 187
Разом	2550	558 906	564 110

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Кірічук Олександр Михайлович

Ковальчук Наталія Василівна

Таблиця Б.5 – Звіт про фінансовий стан ТОВ «Склоресурс» у 2023 році

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Склоресурс"	Дата (рік, місяць, число)	2024 01 01
Територія	РІВНЕНСЬКА	за ЄДРПОУ	34629505
Організаційно-правова форма господарювання	Приватне підприємство	за КАТОТТГ ¹	UA56040110010080334
Вид економічної діяльності	Формування й оброблення листового скла	за КОПФГ	120
Середня кількість працівників ²	249	за КВЕД	23.12
Адреса, телефон	35600, РІВНЕНСЬКА, ДУБНО, вулиця Семидубська, 105		0675449302

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2023 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	231	231
накопичена амортизація	1002	231	231
Незавершені капітальні інвестиції	1005	19 405	7 981
Основні засоби	1010	258 411	231 173
первісна вартість	1011	443 720	481 603
знос	1012	185 309	250 430
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	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	277 816	239 154
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	119 508	131 454
виробничі запаси	1101	116 724	128 708
незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	1 429	1 800
товари	1104	1 355	946
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховання	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	5 919	13 609
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	84 401	204 095
з бюджетом	1135	689	33
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахований доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 019	313
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	364	1 758
готівка	1166	3	2
рахунки в банках	1167	361	1 756
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах наслідних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	45 730	50 591
Усього за розділом II	1195	257 630	401 853
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	535 446	641 007

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	33 337	33 337
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	158 494	178 675
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	191 831	212 012
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	50 124	26 679
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 545	557
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	51 669	27 236
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	4 291	41 219
розрахунками з бюджетом	1620	2 440	13 198
у тому числі з податку на прибуток	1621	1 862	8 480
розрахунками зі страхування	1625	662	1 073
розрахунками з оплати праці	1630	2 362	3 989
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	269 544	300 127
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	10 986
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	12 647	31 167
Усього за розділом III	1695	291 946	401 759
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
1700	-	-	-
V. Чиста вартість активів незарегістрованого фонду	1800	-	-
Баланс	1900	535 446	641 007

Керівник

Кірічук Олександр Михайлович

Головний бухгалтер

Ковальчук Наталя Василівна

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

² Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Таблиця Б.6 – Звіт про фінансові результати ТОВ «Склоресурс» за 2023 рік

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Склоресурс" (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ	
			2024	01 01
			34629505	
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)				
за Рік 2023 р.				
			Форма № 2 Код за ДКУД 1801003	
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ				
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	719 191	543 897	
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-	
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-	
<i>премії, передані у перестраховання</i>	2012	-	-	
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	-	-	
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	-	-	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(565 162)	(449 923)	
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-	
Валовий:				
прибуток	2090	154 029	93 974	
збиток	2095	(-)	(-)	
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-	
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	-	-	
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	-	-	
Інші операційні доходи	2120	16 224	15 258	
у тому числі:				
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2121	-	-	
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-	
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-	
Адміністративні витрати	2130	(18 808)	(11 051)	
Витрати на збут	2150	(48 840)	(35 087)	
Інші операційні витрати	2180	(14 578)	(28 043)	
у тому числі:				
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2181	-	-	
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-	
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток	2190	88 027	35 051	
збиток	2195	(-)	(-)	
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-	
Інші фінансові доходи	2220	426	87	
Інші доходи	2240	541	1 306	
у тому числі:				
<i>дохід від благодійної допомоги</i>	2241	-	-	
Фінансові витрати	2250	(3 385)	(4 292)	
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-	

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	85 609	32 152
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(15 410)	(5 788)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	70 199	26 364
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	70 199	26 364

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	448 470	429 266
Витрати на оплату праці	2505	52 985	30 511
Відрахування на соціальні заходи	2510	11 488	6 886
Амортизація	2515	68 742	63 969
Інші операційні витрати	2520	48 285	28 274
Разом	2550	629 970	558 906

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Кірічук Олександр Михайлович

Головний бухгалтер

Ковальчук Наталія Василівна



Таблиця В.1 – Шкала Томаса Сааті

Ступінь переваги одного об'єкта перед іншим	Міра важливості (значимості) переваги
Однакова важливість, тобто перевага відсутня	1
Незначна перевага	3
Істотна перевага по важливості	5
Значуща перевага по важливості	7
Абсолютна перевага	9
Проміжна оцінка, міри переваги між сусідніми значеннями	2, 4, 6, 8

Джерело: створено автором на основі [48]