

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

## **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу в Україні»**

(на матеріалах ТОВ «Енерпроф груп»)

Студента 2 курсу, 1м групи  
спеціальності 051 «Економіка»  
спеціалізації «Міжнародна  
економіка»

Новака Андрія  
Андрійовича

Науковий керівник  
канд. екон. наук

Слоква Марина  
Григорівна

Гарант освітньої програми  
канд. екон. наук,  
професор

Кудирко Людмила  
Петрівна

Київ 2018

## Анотація

Новак А.А. Дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього рівня магістра за спеціальністю 052 «Економіка», спеціалізацією «Міжнародна економіка». Київський національний торговельно-економічний університет.

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретичні положення дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні та пропозиції щодо напрямків удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП». У перебігу дослідження проведено ґрунтовий аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП», досліджено сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності малого бізнесу в Україні. Проведений аналіз зарубіжного досвіду удосконалення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу. Розроблені рекомендації щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП». Був проведений вибір міжнародних економічних пріоритетів у діяльності малого бізнесу.

**Ключові слова :** міжнародна економічна діяльність, фінансово-господарська діяльність, підприємство малого бізнесу.

## Summary

Novak AA Research of international economic activity of small business enterprises in Ukraine

Graduation qualifying work for obtaining an educational master's degree in specialty 052 "Economics", specialization "International Economics". Kyiv National University of Trade and Economics.

The final qualification paper contains theoretical provisions of the study of international economic activity of small business enterprises in Ukraine and proposals on the directions of improvement of international economic activity of ENERPROF GROUP LTD. In the course of the study, a thorough analysis of financial and economic activity of ENERPROF GROUP LLC was conducted, and the current trends in the development of international economic activity of small business in Ukraine were researched. The analysis of foreign experience of improving the international economic activity of small business enterprises is carried out. Recommendations on improving the international economic activity of ENERPROF GROUP LLC have been developed. A selection of international economic priorities in the field of small business was conducted.

**Key words:** international economic activity, financial and economic activity, small business enterprise.

## РЕФЕРАТ

**«Міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу в Україні»**

**Випускна кваліфікаційна робота: 164 с., 14 рис.,**

**26 табл., 84 джерела**

**Об'єкт дослідження** – процеси формування і розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

**Предмет дослідження** – міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу в сучасних умовах.

**Підприємство**, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «Енерпроф Груп».

**Мета роботи** – дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні.

**Методи дослідження** – загальнонаукові (аналіз і синтез, узагальнення та ін.) і спеціальні методи пізнання: історичний метод, метод системного аналізу, формально-юридичний метод, порівняльний метод, формально-логічний метод, методи моделювання і прогнозування. Названі методи використовувались в роботі у взаємозв'язку й взаємозалежності, що забезпечило всебічність, повноту та об'єктивність дослідження й істинність отриманих наукових результатів.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, виявлено ступінь її розкриття в економічній літературі вітчизняними і зарубіжними науковцями; сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні засади міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні»** уточнено сутність, принципи та цілі підприємств малого бізнесу; наведено чинники формування та складові міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу, а також проаналізовано методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

У **другому розділі «Дослідження міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп»**» здійснено аналіз показників фінансово-господарської,

міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп»; наведено оцінку ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».

У третьому розділі «Шляхи удосконалення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні (за матеріалами ТОВ «Енерпроф Груп»)» досліджено перспективи підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні з урахуванням світового досвіду; проаналізовано вибір міжнародних економічних пріоритетів у діяльності підприємств малого бізнесу; надано рекомендації щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».

**Висновки** окреслюють теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми, сутність якої полягає у комплексному дослідженні, оцінці та розробці пропозицій з підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	8
1.1. Сутність, принципи та цілі підприємств малого бізнесу.....	8
1.2. Чинники формування та складові міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.....	18
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.....	35
Висновки до розділу I.....	51
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП»).....	54
2.1. Сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні.....	54
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».....	69
2.3. Оцінка ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».....	82
Висновки до розділу II.....	101
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП»).....	104
3.1. Перспективи підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні з урахуванням світового досвіду.....	104
3.2. Вибір міжнародних економічних пріоритетів у діяльності підприємств малого бізнесу.....	118
3.3. Рекомендації щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» та прогнозна оцінка їх ефективності.....	134
Висновки до розділу III.....	150
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	153
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	159
ДОДАТКИ.....	168

## ВСТУП

Актуальність роботи. В умовах розвитку ринкових відносин та лібералізації міжнародної економічної діяльності в Україні зростає роль і місце малого бізнесу в ринкових реформах, у вирішенні проблем економічного зростання, в поглибленні та розширенні форм і видів міжнародних економічних відносин країни та її регіонів, в активізації вітчизняних бізнес-груп у сфері міжнародної економічної діяльності. Одне з ключових місць у цьому процесі займає створення сприятливих умов та стимулювання участі підприємств малого бізнесу у міжнародній економічній сфері, оскільки позиції підприємств малого бізнесу в самостійному й ефективному їх позиціонуванні на зовнішніх ринках дуже вразливі і без державної підтримки є мало перспективними.

Орієнтація українських підприємств малого бізнесу на активну участь у міжнародному співробітництві сприяє залученню інвестицій, підвищенню інноваційного та науково-технічного потенціалу країни, а також вирішенню багатьох соціально-економічних проблем на макро-, мезо- і мікро- рівнях. Саме тому стимулювання міжнародної економічної діяльності сектора малого підприємництва перетворилося на один із основних пріоритетів економічної політики не лише в розвинених країнах, але і країнах, що розвиваються. На жаль, рівень співпраці вітчизняних підприємств малого бізнесу з іноземними підприємницькими структурами з деяких причин поки що розвинений недостатньо.

По-перше, відсутня єдина цілеспрямована система державної підтримки вітчизняних підприємств малого бізнесу – діючих і потенційних учасників міжнародної економічної діяльності. Слабко розвинений рівень підтримки підприємств малого бізнесу матеріальними і фінансовими ресурсами для підвищення їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Відзначається дефіцит підтримки у сфері інформаційного та організаційного забезпечення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу, що ускладнює їх доступ до інформації про потенційних зарубіжних партнерів, кон'юнктуру ринків та можливості встановлення стійких комерційних зв'язків.

По-друге, рівень готовності підприємств малого бізнесу до організації підприємницької діяльності на зовнішньому ринку продовжує залишатися досить низьким: більшості керівників підприємств малого бізнесу не вистачає компетенції у сфері організації міжнародної економічної діяльності, відчувається дефіцит кваліфікованих фахівців, що володіють навичками і досвідом проведення міжнародних переговорів, ведення контрактної роботи, ризик-менеджменту та ін.

По-третє, вітчизняні підприємства малого бізнесу не мають достатнього досвіду опору міжнародній конкуренції, яка сприяючи підвищенню продуктивності виробництва, створенню й успішному впровадженню інновацій, постійно посилює вимоги до стандартів ведення підприємницької діяльності, до якості товарів і послуг, які поставляються на зовнішній ринок.

Перераховані вище проблеми організації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу, їх безсумнівна теоретична і практична значущість, а також недостатній ступінь розробленості у вітчизняній економічній літературі зумовили вибір теми випускного кваліфікаційного дослідження, його цілі й завдання.

Теоретична база випускної кваліфікаційної роботи. В останні роки опубліковано ряд наукових праць, що стосуються як загальних закономірностей і тенденцій розвитку малого підприємництва, так і власне міжнародних аспектів діяльності малих підприємств. В українській економічній літературі цим проблемам присвячені роботи С.Біляцького, А.Бурляй, В.Величко, З.Варналія, О.Гаврилюка, С.Карбовника, Л.Кістерського, С.Коваленка, С.Козаченка, С.Кулицького, В.Ліхачова, В.Ляшенка, В.Михайлова, М.Пааля, В.Пазенка, А.Поручника, О.Сергійко, В.Сизоненка, О.Слюсаренко та ін. Специфіка обраної автором теми випускної кваліфікаційної роботи вимагає проведення додаткового аналізу зарубіжних підходів до організації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу, представлених у наукових роботах С.Камолова, Ф.Кауфмана, В.Лібернікеля, Я.Пташека, Г.Рексродта, А.Спартака, Я.Стеча, Д.Уілсона, І.Фамінського,



Р.Хельма, Д.Альдонаса, С.Хаймера, С.Лолла, Т.Озави, А.Солтеса та ін. Разом з тим, в цих роботах слід відзначити недостатність розкриття проблематики оцінки потенціалу міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу на мікрорівні з урахуванням притаманних даному масштабу підприємництва особливостей її здійснення, що впливають із його сильних і слабких сторін.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні проблем міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні та розробці рекомендацій по їх розв'язанню. Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити наступні завдання:

- встановити сутність та цілі підприємств малого бізнесу;
- визначити чинники формування та складові міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу;
- дослідити методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу;
- визначити сучасні тенденції міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «Енерпроф Груп»;
- оцінити ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп»;
- дослідити перспективи підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні з урахуванням світового досвіду;
- здійснити вибір міжнародних економічних пріоритетів у діяльності підприємств малого бізнесу;
- надати рекомендації щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є процеси формування і розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Предметом випускної кваліфікаційної роботи є міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу в сучасних умовах.

Теоретичною і методологічною основою випускної кваліфікаційної роботи послужили фундаментальні положення економічної теорії, теорії підприємництва, а також наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених та фахівців, присвячені питанням організації міжнародної економічної діяльності малих підприємницьких структур. В ході написання випускної кваліфікаційної роботи були використані нормативно-правові акти, статистичні дані та довідкові матеріали. Для вирішення поставлених у дослідженні завдань застосовувався системний підхід, кількісні та якісні методи системного аналізу, методи статистики, експертних оцінок, а також графічної інтерпретації.

Наукове значення випускної кваліфікаційної роботи полягає у комплексному дослідженні теоретичних та прикладних проблем міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу, шляхом формулювання нових і вдосконалення існуючих понять, науково обґрунтованих пропозицій щодо вдосконалення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані у: науково-дослідній сфері – сформульовані в роботі висновки, пропозиції та рекомендації можуть бути використані у практиці міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Структура випускної кваліфікаційної роботи. Структура і зміст роботи обумовлені метою даного дослідження. Робота складається із вступу, трьох розділів, які об'єднують дев'ять підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг випускної кваліфікаційної роботи складає 157 сторінок (без додатків), із них 9 займає список використаних джерел (84 найменування). Робота містить 34 таблиці та 14 рисунків.

## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

## 1.1. Сутність, принципи та цілі підприємств малого бізнесу

Одним із перспективних напрямів створення конкурентно-ринкового середовища є розвиток підприємств малого бізнесу. Сьогодні цілком очевидно, що успіх ринкових перетворень великою мірою визначатиметься тим, як вдасться реалізувати потенціал підприємств малого бізнесу, цього динамічного і мобільного сектора економіки. Тому насамперед потрібно визначитися із поняттям підприємств малого бізнесу, їх ролі та місця в ринковій економіці та особливостями його розвитку в Україні.

Єдиної думки щодо поняття «малий бізнес» не існує. Крім того, ряд вітчизняних економістів, зокрема С.К. Реверчук, Н.В. Савка, Н.Є. Кубай, у своїх наукових дослідженнях наголошують на доцільності ототожнення поняття «малий бізнес» з «малим підприємництвом». У той час як, наприклад В.Є. Савченко, розуміючи під «малим бізнесом» лише малі (або малі та середні) підприємства в цілому, наголошує, що «мале підприємництво» характеризується не стільки порівняно невеликими розмірами чи масштабами господарської діяльності, як її якістю – обов'язковим базуванням на ризикованій та інноваційній основі, повній економічній відповідальності, персоніфікованому і гнучкому управлінні та відповідній організації відтворення, спрямованих на отримання з одиниці затраченого капіталу максимального прибутку [67, с. 59].

В.В. Стародубцев вважає правомірним розглядати малий бізнес в якості однієї з підсистем у загальній структурі економіки, яка інституціонально закріплена й виконує суспільно значимі господарські дії, але не створює достатніх умов для власного функціонування. Тобто, малий бізнес може ефективно функціонувати в межах розвинутих економічних структур [71, с. 28].

Визначення малого бізнесу можна сформулювати за допомогою виділення основних характерних рис його існування й розвитку. Такий методологічний підхід цікавий насамперед тим, що розглядає малий бізнес не як просту сукупність малих підприємств та фізичних осіб-підприємців, а як самостійний сектор економіки із властивими йому специфічними рисами: високим ступенем невизначеності; постійним економічним ризиком; єдністю відносин власності й управління; потенційно високою здатністю до впровадження інновацій (прийняттю нестандартних рішень); саморозвитком і адаптованістю до змін.

Відповідно до пропонованого В.В. Стародубцевим визначення, малий бізнес в умовах сучасних трансформаційних перетворень – це самостійний сектор економіки, що володіє значним інноваційним потенціалом, заснований на використанні приватної й особистої власності, індивідуальної праці, виготовляє товари, провадить роботи й надає послуги, має дуже обмежені виробничі ресурси (робочої сили, потужностей та ін.).

Найважливішими характеристиками малого бізнесу як самостійного сектору економіки є:

- відносно слабка залежність результатів його функціонування від макроекономічних показників економіки;
- функціонування в якості системи, що саморозвивається й самовідтворюється. володіє відносною волею організації своєї внутрішньої й зовнішньої діяльності;
- наявність відповідного рівня розвитку відносин власності, при яких забезпечується відносна економічна відособленість виробників товарів і послуг, що мають право володіння, розпорядження й користування засобами виробництва й результатами своєї праці;
- підтримка щодо стабільного рівня зайнятості й самозайнятості населення;
- ринкове ціноутворення;
- нестабільна організація господарського механізму;

- непорівнянність економічних інтересів з інтересами великого бізнесу;
- обмеженість доступу до матеріальних і фінансових ресурсів і деяких сфер діяльності;
- специфічна форма поєднання факторів виробництва, що не завжди відповідає вимогам норм трудового законодавства;
- значна відособленість від державних структур [71, с. 31].

У контексті визначення економічної сутності малого бізнесу важливо розуміти, що саме форми організації виробництва є об'єктивною основою утворення підприємств різних розмірів. Як справедливо зазначає Л.І. Воротіна, генетичне коріння походження суб'єктів ринкової економіки криється в суспільному розподілі праці та відособленні виробників. Ринок опосередковано об'єднує їх через обмін та ціноутворення [15, с. 465]. Малий бізнес у ринковій економіці стає суспільною формою малої виробничої одиниці, а економічними особливостями, що відрізняють його, є відособленість (господарювання на свій страх та ризик), вузька спеціалізація, реалізація вироблених товарів (послуг) на ринку через купівлю-продаж.

Що ж до суті визначення малого бізнесу, то на думку С.П. Азізова та П.К. Камінського, «малий бізнес – це сукупність малих і середніх підприємств, які прямо не входять ні в одне монопольне об'єднання і виконують підлеглу до монополій роль в економіці». Автори також наголошують, що до малого бізнесу належить виробничо-господарська та інша діяльність індивідуальних, приватних і окремих малих підприємств, у тому числі селянських (фермерських) господарств та кооперативів, що співпрацюють з окремими підприємствами, діяльність яких спрямована на задоволення мінливих потреб.

Мале підприємство – це вид підприємства, яке виділене із числа інших у відповідності з його розмірами. В різних країнах встановлені різні критерії віднесення підприємств до певної групи. Найчастіше для визначення, до якої з цих груп повинно бути віднесене те чи інше підприємство, застосовуються показники чисельності робітників та господарський оборот підприємства. При

цьому може використовуватися лише один з цих показників або обидва одночасно [18, с. 36].

Згідно Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. № 4618-VI [63], державна підтримка надається суб'єктам малого і середнього підприємництва, які відповідають критеріям, встановленим ч. 3 ст. 55 Господарського кодексу України. Згідно даної статті Господарського кодексу України, суб'єктами малого підприємництва є: фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України; юридичні особи-суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [19]. Відзначимо, що критерії визначення малих підприємств мають велике практичне значення. Це пов'язане з державною підтримкою малого підприємництва в Україні, яке передбачає систему організаційно-консультативної допомоги, фінансово-кредитну підтримку, дозволяє використовувати спрощену систему оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності тощо.

Як суб'єкт господарювання мале підприємство являє собою самостійну господарську одиницю з визначеною, згідно чинному законодавству кількістю працюючих і, як таку, що функціонує в межах однієї із узаконених в Україні організаційно-правових форм. Статусу суб'єкта господарювання мале підприємство набирає тільки після процедури реєстрації. При виділенні малих підприємств форма власності та організаційно-правова форма підприємництва ніякого значення не має. Тобто, малим підприємством може бути приватне

підприємство, кооператив, господарське товариство, державне підприємства тощо.

Малі підприємства можуть створюватися заново чи шляхом виділення будь-яких підрозділів із діючих підприємств. Життєвий цикл малого підприємства в економічно розвинених країнах становить від трьох до п'яти років. За цей час невелика кількість підприємств накопичує капітал і продовжує працювати або здобуває інший статус, перетворюючись, наприклад, у середні чи великі підприємства. Інша, більша частина малих підприємств, перестає існувати. Але кількість підприємств, що створюються, як правило, завжди перевищує число підприємств, які закінчили свою діяльність.

Основну мету малого підприємства можна сформулювати, як задоволення суспільних потреб і отримання прибутку. Разом з тим, підприємство в процесі функціонування досягає й інших цілей, які можуть бути репрезентовані двома групами цілей: економічними та соціальними.

До економічних цілей, крім основної – отримання прибутку, також відносяться: збереження і по можливості розширення ринкової частки підприємства; підтримка і збільшення виробничої бази; реалізація технічних, організаційних та інших ідей [18, с. 46].

Соціальними цілями є: забезпечення населення товарами і послугами; створення робочих місць; надання можливості отримання задоволення від праці (реалізація ідей людини, почуття відповідальності, гордості та ін.); забезпечення охорони праці; підвищення кваліфікації тощо.

Суть підприємств малого бізнесу закладена в їх внутрішніх потенційних можливостях саморозвитку, самовдосконалення, що забезпечують вироблення та реалізацію ефективного механізму ринкового господарювання, використання різноманітних форм реалізації приватної власності навіть за умов нестабільного ринку. Зрозуміти суть підприємств малого бізнесу, визначити їх довгострокові перспективи неможливо без з'ясування внутрішньої рушійної сили розвитку власності. Такою основою, що викликає незворотні, закономірні зміни різних форм власності або форм їх реалізації, є суперечлива взаємодія між

відчуженням та привласненням. У процесі виробництва суперечність між відчуженням та привласненням знімається на підприємствах, що засновані, як правило, на власній праці (без найму робочої сили) або з використанням сім'ї (фермерські господарства, сімейні підприємства, майстерні, громадяни-підприємці тощо). При використанні найманої робочої сили існує закономірність, суть якої полягає в тому, що чим більше підприємство (відповідно власність), тим більше залучається найманої робочої сили, а отже – зростає відчуження робітників від засобів виробництва і кінцевого результату діяльності [10, с. 65].

З урахуванням існуючих у науковій літературі поглядів щодо суті малого бізнесу вважаємо за доцільне запропонувати таке визначення: малий бізнес – це особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є малий підприємець, котрий поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу. Основу малого бізнесу становлять невеликі (малі) підприємства, характерними ознаками яких є незначна кількість штатних працівників та невеликі обсяги виробництва. Мале підприємство можна розглядати як іманентний елемент системи економічних відносин в економіці ринкового типу, який забезпечує її інноваційну активність і підтримує конкурентне середовище.

Малий бізнес є органічним структурним елементом економіки. Цей сектор економіки історично і логічно відігравав роль необхідної передумови створення ринкового середовища. Він був первинною вихідною формою ринкового господарювання у вигляді дрібнотоварного виробництва. Здатність малого бізнесу до структуроутворення ринку висуває завдання його відродження та спрямовує у число першочергових заходів реформування економіки України на її перехідному етапі.

Роль і місце малих підприємств в національній економіці найкраще виявляється в притаманних їм функціях.



По-перше, мале підприємництво формує конкурентне середовище. Відомо, що в умовах вільної ринкової економіки конкуренція є відображенням відносин змагання між господарськими елементами, коли їх самостійна діяльність ефективно обмежує можливості кожного з них вплинути на загальні умови обігу товарів на даному ринку, а також стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач. Тоді діяльність учасників ринкових відносин набуває динамічного характеру, вона пов'язана з економічною відповідальністю та ризиком підприємця, що перетворює його на своєрідний соціальний двигун економічного розвитку. Мале підприємництво допомагає утвердженню конкурентних відносин, бо воно є антимонопольним за своєю природою, що виявляється в різноманітних аспектах його функціонування. З одного боку, малий бізнес, внаслідок численності елементів, що його складають, та їх високого динамізму значно меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, за умов вузької спеціалізації та використання новітньої техніки він виступає як дійовий конкурент, що підриває монополні позиції великих корпорацій. Саме ця риса малого бізнесу відіграла суттєву роль у послабленні, а іноді й у подоланні розвинутими країнами притаманної великому капіталу тенденції до монополізації та затримки технічного прогресу.

По-друге, мале підприємництво, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, падає ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця його риса набула в сучасних умовах особливого значення внаслідок швидкої індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, прискорення науково-технічного прогресу (НТП), зростання номенклатури промислових товарів та послуг [5, с. 13].

По-третє, величезним є внесок малого підприємництва в здійснення прориву у багатьох важливих напрямів науково-технічного прогресу, передусім у галузі електроніки, кібернетики, інформатики. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої

продукції, малий бізнес, тим самим, виступає провідником науково-технічного прогресу.

По-четверте, мале підприємництво робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості. Ця функція виявляється у здатності малого підприємництва створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки.

По-п'яте, важлива функція малого підприємництва полягає в пом'якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин, бо саме воно є фундаментальною основою формування середнього класу.

Мале підприємництво має такі сильні сторони:

- виникає на основі технічної ініціативи або нової ідеї його засновника, його успіх і зростання виробництва спирається на демократичні принципи управління;
- пристосовність до потреб і можливостей ринку з урахуванням участі в ньому великих організацій;
- відносна технічна і фінансова доступність створення нових робочих місць.

Мале підприємництво заповнює ті сектори, які були порожні в плановій економіці і які часто не готовий зайняти великий і середній бізнес. Це надання послуг населенню (побутових, освітніх, у сфері відпочинку та ін.) і послуг, пов'язаних з бізнесом (консультантів, торговельних, технічних тощо). Крім того, малий бізнес – величезне поле для інновацій, які у великій кількості можуть бути дуже ризикованими для організації великих господарських структур [24, с. 13]. Малий бізнес має не лише економіко-виробничі та соціально-економічні переваги, а саме: гнучкість, динамізм, пристосування до мінливостей технології, здатність оперативно створювати та упроваджувати нову техніку та технологію, забезпечення соціальної стабільності, насичення ринку праці новими робочими місцями, створення додаткових робочих місць і скорочення безробіття, відкритість доступу та легкість входження до цього сектора економіки. Але малий бізнес має також і значні соціально-психологічні

переваги, в основі яких лежить специфічна мотивація до праці, яка передбачає залучення економічного та неекономічного заохочення.

Відносно впливу на ринкову трансформацію економіки, малий бізнес розглядають з таких позицій:

– мале підприємництво є пусковим механізмом ринкового господарства України;

– розвиток малого бізнесу є джерелом підвищення питомої ваги приватної власності, що сприяє процесам демонополізації, приватизації та роздержавлення вітчизняної економіки;

– малий бізнес в Україні є основним інструментом загальної стратегії економічного зростання та структурної реконструкції національної економіки [65, с.74].

Наступний об'єкт впливу з боку малого бізнесу, що відокремлюють в існуючих дослідженнях, є населення. Загалом кажучи, механізм цього впливу реалізується одночасно через створення пропозиції необхідних товарів (робіт, послуг) та забезпечення платоспроможного попиту на них з боку населення [35, с. 75]. В цьому аспекті, в першу чергу, враховуючи негативні наслідки переходу України до ринку, малий бізнес розглядають як засіб боротьби із безробіттям внаслідок реструктуризації великих підприємств, засобом виживання та подолання зубожіння населення. Малий бізнес вважають більш інтенсивним роботодавцем, ніж великий бізнес. До того ж, в малому бізнесі вбачають джерело ефективної зайнятості, оскільки цей сектор може дозволити собі прийняти на роботу робітників з обмеженими знаннями і досвідом та навчити їх в процесі праці. Така ефективна зайнятість, в свою чергу сприяє в Україні послабленню майнової диференціації та підвищенню рівня життя та добробуту населення, пом'якшенню соціальної напруги тощо.

Також малий бізнес повинен забезпечити соціальну реструктуризацію загалом, підвищуючи ділову (економічну) активність населення, протидіючи поширенню утримувальницької психології, сприяючи розвитку людського капіталу, формуючи новий господарський клімат у вітчизняній економіці та

середній клас в суспільстві. Саме середній клас забезпечує стабільність цього суспільства, його політичну консолідацію та демократизацію загалом.

Зайнятість та підвищення ділової активності населення сприяє накопиченню його заощаджень, що можуть стати потенційними інвестиціями у створення власного малого підприємства тощо. Все це, в свою чергу, є факторами для забезпечення платоспроможного попиту в країні [38, с. 82].

Таким чином, консолідація та аналіз існуючих досліджень дає змогу визначити, яку роль відводять малому підприємництву в Україні. В малому бізнесі вбачають такий гнучкий сектор економіки, інститут, який в змозі за короткий час ефективно здійснити ринкову та соціальну реструктуризацію в країні, подолати практично всі економіко-соціальні наслідки такої трансформації та забезпечити подальше економічне зростання та розвиток.

Слабкими сторонами підприємств малого бізнесу слід вважати:

- необхідність самофінансування довгострокових вкладень через труднощі отримання довгострокових кредитів через об'єктивно більш значний ризик і високі відсотки сплати позик;
- підвищена чутливість до негативних фінансових змін (інфляція, зростання цін, податків, соціальних виплат);
- організаційні можливості залучення кваліфікованої робочої сили, зокрема фахівців, через ненормований день, нерегулярний дохід, високу відповідальність та ін.;
- повнота матеріальної відповідальності організаторів малого підприємництва [24, с. 26].

Отже, підсумовуючи, можна зробити висновок, що малий бізнес є невід'ємною рисою будь-якої ринкової господарської системи, без чого така економіка і суспільство в цілому не можуть не тільки розвиватися, але навіть й існувати. Саме в секторі малого підприємництва створюється і функціонує чимала маса національних ресурсів, яка є основою для середнього та великого підприємництва. Саме малі підприємства забезпечують розвиток економічної системи країни та наближають її до споживачів. Підприємництво здатне

вирішувати такі економічні завдання, як створення в країні конкурентного середовища, залучення приватного капіталу і зовнішніх інвестицій, а також удосконалення наявних технологій виробництва. Водночас ці підприємства виконують найважливішу роль у державі – надають громадянам країни робочі місця, створюють реальні джерела їх доходів, забезпечують виробництво товарів, виконання робіт і надання послуг для населення за доступними цінами та збільшують дохідну частину бюджетів.

## **1.2. Чинники формування та складові міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу**

Починаючи дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу перш за все треба відзначити якими чинниками обумовлено її формування. До таких чинників відносять такі: по-перше, динамізм ринкового середовища. Зовнішній ланцюжок впливу з боку виділеного фактора світогосподарського розвитку забезпечується інтенсифікацією різних форм міжнародних економічних відносин, що призвела до посилення транснаціоналізації бізнесу, а в подальшому – і до глобалізації, яка сприяє загостренню міжнародної конкуренції. Водночас, таке загострення забезпечується і впливом внутрішніх чинників, що діють за наявності капіталістичного виробництва, та пов'язані з постіндустріалізацією й інформаційною революцією [69, с. 28-29].

Загострення конкурентної боротьби має своїм наслідком актуальність пошуку нових ніш на світовому, глобалізованому ринку, що забезпечує успіх у цьому напрямку більш маневрених і адаптивних малих форм організації міжнародного бізнесу. Причому з 1964 р. ефективність малого бізнесу, що виражається показником приросту прибутку, зростає швидше, ніж ефективність великих компаній.

По-друге, зміни на світовому ринку праці, що зумовлені зростанням самозайнятості та зайнятості жінок, які мають дітей, що розвивають малі форми підприємництва.

По-третє, зміни організаційно-технологічної структури виробництва у зв'язку з переходом до постіндустріального типу економічного розвитку, який актуалізує постійне вдосконалення технологій, інноваційну активність. Інноваційний характер діяльності підприємств малого бізнесу дозволяє їм швидше адаптуватися до цих змін.

По-четверте, зміни характеру і структури суспільних потреб. Часткова модернізація, яка дозволила вбудувати підприємства малого бізнесу у світові господарські структури, а головне – мінливий споживчий попит, породили новий принцип виробництва і продажів – кастомізацію, зміст якого полягає в орієнтації виробника на всебічне задоволення купівельних запитів. Диференціація попиту, індивідуалізація й дестандартизація також обумовили зростання ролі малого бізнесу, орієнтованого не на масове, а на індивідуалізоване виробництво, на інновації у виробничих і управлінських технологіях;

По-п'яте, перехід до інноваційної економіки, де в якості найважливішого інфраструктурного елемента виділився інноваційний малий бізнес. Уже в середині 60-х рр. деякі західні економісти емпірично встановили відсутність прямої пропорційної залежності між величиною фірми, об'ємом її продажів і т.п., та інтенсивністю інноваційного процесу. У 1965 р. Ф.М. Шерер на основі вивчення 325 американських фірм прийшов до висновку, що великі фірми далеко не завжди створюють оптимальні умови для досліджень і розробок [30, с. 66]. Однак такі здібності малого бізнесу, як мобільність, свобода працюючих (безпосередній зв'язок з носієм інтелектуальних здібностей), привели до його прискореного розвитку в інноваційній сфері. Наприклад, у США з 1981 по 1987 рр. було створено близько 30 тис. інноваційних малих підприємств, які виробляють 98 % програмного забезпечення комп'ютерів.

В цілому, на початку XXI століття стало абсолютно очевидно, що:

- 1) основу сучасного господарства складають високотехнологічні наукомісткі виробництва;
- 2) суспільне багатство все більше асоціюється сьогодні з володінням інформацією і знаннями. З одного боку, самі ці фактори стають найважливішою умовою підвищення ефективності виробництва і тим самим створюють те багатство, привласнення якого їх володарями забезпечує зростання нерівномірності в розподілі національного надбання. З іншого боку, володіння правами на нові технологічні досягнення забезпечує небачений приплив інвестицій і різко підвищує ринкову ціну високотехнологічних компаній, тим самим лише посилюючи вже згадуваний майновий поділ сучасного суспільства;
- 3) продукція як третинного, так і вторинного секторів виробництва все більше набуває ознак невідтворюваності й унікальності;
- 4) у міру прискорення процесу демасифікації й дематеріалізації виробництва, які є об'єктивною базою формування сучасного постіндустріального суспільства, найважливішим фактором конкурентоспроможності економіки стає ступінь її технологізації, а головним багатством тієї чи іншої країни або тієї чи іншої корпорації стають її громадяни або працівники.

У подібній ситуації малий бізнес стає провідним соціальним інститутом в національних та світовій економіках, грає певну роль у відтворювальних процесах різних рівнів:

- інтегратора – пов'язує економіку в єдине ціле за допомогою швидкого реагування на зміни ринку з меншими втратами, оскільки більшість підприємств малого бізнесу відносяться до так званих комутантів – неспеціалізованих підприємств, що працюють на миттєве задоволення невеликих за обсягом, нестандартних потреб;
- підсилювача конкуренції за рахунок реалізації однієї зі стратегій: а) копіювання (випуск по ліцензії); б) оптимального розміру (освоєння дрібномасштабних і спеціалізованих ринків, а також сфер діяльності, у яких

велике виробництво є неефективним, в тому числі інновації); в) участі у продукті і/або системі збуту великої фірми (субконтракція);

- генератора інноваційної активності в силу більш швидкого впровадження нововведень у технологію виробництва та систему управління;
- роботодавця – створення робочих місць і тим самим скорочення соціальної напруженості.

Успішна реалізація перерахованих вище соціально-економічних функцій та межі малої економіки залежать, з одного боку, від досягнутого технологічного рівня розвитку громадського світового виробництва, а з іншого – від ефективності державної політики щодо підтримки малого підприємництва в конкретній країні. І той, і інший фактори визначають межі, в рамках яких мала економіка як «вкладена» підсистема функціонує і розвивається у світовій і національних економіках. Водночас, сучасні тенденції розвитку світогосподарського середовища дуже впливають на суб'єктів малого бізнесу, і їх потрібно враховувати в стратегії поведінки таких суб'єктів.

У світі розгортається економічна революція, пов'язана не стільки з науково-технічним прогресом (НТП), скільки з ефективним використанням його плодів, відбувається вибудовування нового економічного середовища високопрофесійних послуг і знань, різко розширюється горизонт, деформований в останній третині ХХ століття проблемою «меж зростання» природозатратної економіки. Інноваційна економіка або не має таких меж, або розширює їх. При цьому її розвиток відбувається за допомогою процесу безперервної зміни хвиль інновацій, який Й. Шумпетер назвав процесом «творчого руйнування», а здатність просування інновацій на ринок притаманна лише підприємцям, готовим вести ризиковий бізнес [75, с. 115]. З цих позицій відправною точкою формування світової та національних інноваційних систем можна вважати малий бізнес, для якого, характерні такі сильні сторони, як:

- дух ініціативи та динамізму: підприємства малого бізнесу народжуються на основі технічної ініціативи або нової ідеї, яка робить малий бізнес джерелом інновацій та винаходів;



- спеціалізація, пристосування до виробничих форм (невеликі серії, субпідряди) та форм розподілу (близькість торгівлі до споживача) або до необхідних форм обслуговування. В цьому плані підприємства малого бізнесу доповнюють великі підприємства, вони є ефективними, оскільки здатні до швидких і ефективних змін у виробничому аспекті, а також до розподілу бізнес-ризиків серед кількох видів діяльності, що є значним фактором їх конкурентоспроможності;

- використання техніки в поєднанні з високою інтенсивністю робочої сили і створення зайнятості із застосуванням значно меншого обсягу капіталу. Крім того, підприємства малого бізнесу відіграють істотну роль у питаннях соціального розвитку, забезпеченні головної мотивації людини – самореалізації;

- гнучкість підприємства, яка полягає у нескладній структурі, швидкій словесній комунікації (людина-людині) як у внутрішніх, так і в зовнішніх відносинах.

В цілому, невелика кількість працівників, відсутність бюрократичної структури, а також швидка реорганізація виробничого потенціалу роблять малий бізнес надзвичайно стійким під час криз.

У результаті в інноваційній сфері мале підприємництво набуває таких рис, як:

- а) постійний, а не епізодичний, характер діяльності;
- б) набуття певної стійкості та достатнього поширення;
- в) розвиток вглиб та вшир;

На сьогоднішній день в Україні сформувався цілий сектор ринкової економіки – малий інноваційний бізнес. Подальший розвиток малого бізнесу, перехід зі стадії його формування як базису інноваційної економіки на стадію становлення як рушійної сили інноваційних процесів, повністю сформованого сектора економіки, який асимілює свої передумови, підпорядковуючи їх собі, – визначається глобалізацією підприємництва, в рамках якої виявляється

можливою будь-яка територіальна комбінація ланок відтворювального процесу, так званий «аутсорсинг».

В результаті глобалізація постає як певна форма міжнародної конкуренції, що сприяє розширенню агентів ринку, зменшенню бар'єрів для виходу на нього, розширенню поля діяльності суб'єктів «малої економіки», із самого початку орієнтованих на локальний ринок, і одночасно створює умови для виникнення особливого типу малих підприємств, «народжених глобальними» (термін введений McKinsey & Company [84]). Якщо для перших об'єктивність залучення до системи міжнародного поділу праці та міжнародних економічних відносин визначена розвитком процесів інтернаціоналізації обміну, виробництва і капіталів, і їх роль у світовій економіці характеризується деякою пасивністю (таких підприємств більшість), то для других характерна вихідна цільова установка на інтернаціоналізацію діяльності («глобальні стартові підприємства», «міжнародні нові венчурні підприємства» [82, с. 25]).

Таким чином, глобалізація виступає в якості «світового конструктора», який поділив сферу малого бізнесу на два відносно самостійних напрямки, які в нашому розумінні можна охарактеризувати як «еволюційна глобалізація малого бізнесу» та «революційна глобалізація малого бізнесу».

Еволюційна глобалізація малого бізнесу – об'єктивний історичний процес залучення малих форм організації бізнесу до глобальної конкуренції внаслідок лібералізації світової економіки, прискорення НТП та переорієнтації із суто матеріальних на соціальні та гуманістичні пріоритети економічного розвитку. Для середньостатистичної малої фірми в даному випадку можна говорити про деяку «іншу економіку», яка характеризується такими рисами, як:

1. Розширення меж ринків. Образно кажучи, в рамках «іншої економіки» світ стає маленьким, а ринок – великим. Відповідно, на своєму локальному ринку фірма, як правило, стикається з товарами, які вироблені в іншій країні, на іншому континенті. Це є чинником загострення конкуренції. Конкурентне ж зниження цін, в кінцевому рахунку, веде до зниження норми прибутку і частки

доданої вартості, до перерозподілу прибутку в інші, менш конкурентні ланки технологічних ланцюжків.

2. Скорочення життєвого циклу товару. На будь-якому конкурентному ринку фірма може зберігати свої позиції лише двома способами – постійно пропонуючи щось нове (нові продукти, послуги, їх модифікації), а також постійно знижуючи витрати за існуючою номенклатурою товарів і послуг. Однак у сучасному світі різко зросла швидкість даних процесів. Примус до інновацій призводить до скорочення життєвого циклу продукту, що служить додатковим фактором посилення конкуренції й нестабільності.

3. Ускладнення організації бізнес-процесів. Прагнення до зниження витрат веде до посилення і поглиблення спеціалізації – коли результатом діяльності конкурентної виробничої ланки все частіше виявляється набір часткових, проміжних продуктів або навіть виконання окремих операцій з таким проміжним продуктом. Однак на відміну від початку і середини ХХ століття ці процеси відбуваються вже не в рамках великих компаній, що створюють спеціалізовані підрозділи або дочірні фірми. Сьогодні великі фірми все частіше виносять подібні операції на «аутсорсинг», економлячи на власних управлінських витратах. Такий підхід обумовлений підвищенням динамічності конкурентного середовища, яка вимагає все більш швидкої реакції на зміни попиту. В результаті для підвищення ефективності необхідна вузька спеціалізація. Однак вузькоспеціалізоване самостійне підприємство об'єктивно може функціонувати лише в рамках технологічних ланцюжків або «ланцюжків додавання вартості», які ускладнюються, включаючи десятки і навіть сотні малих підприємств, пов'язаних відносинами власності, але керованих ззовні на основі довгострокових контрактів.

4. Підприємницька ініціатива. Підвищення динамічності й нестабільності ринків надає все більшій значущості фактору підприємницької ініціативи, готовності до ризику, без якого неможливе досягнення та підвищення ефективності функціонування підприємств малого бізнесу.

Внаслідок впливу зазначених рис відбувається актуалізація сильних сторін підприємств малого бізнесу, підвищуються їх можливості оперування у світогосподарському середовищі, але одночасно ще виразніше проявляються і їх слабкості:

- низька життєздатність, що виявляється у частоті банкрутств, нетривалості існування, високому рівні не лише «народжуваності», а й «смертності» підприємств малого бізнесу, нестійкості норми прибутку, високій залежності від зовнішніх чинників;

- нестача капіталу, труднощі фінансування. Незалежне мале підприємство не має доступу на ринок капіталу, тому дрібний підприємець завжди відчуває нестачу у фінансових коштах для розвитку справи або просто для підтримки фірми на плаву;

- брак інформації про ринки;

- труднощі залучення висококваліфікованих службовців;

- залежність від джерел постачання та ринків збуту продукції, вузька орієнтація на певні ринкові ніші;

- одноосібна відповідальність підприємця за бізнес. Неправильні рішення, неконтрольовані фактори (економічний спад, успішні конкуренти, невдале розташування і т.п.) можуть привести до банкрутства;

- необхідність постійного контролю за виконанням зобов'язань перед робітниками, кредиторами, податковими органами, власниками орендованих приміщень за обмежених фінансових ресурсів.

У результаті в рамках еволюційної глобалізації малий бізнес реалізує адаптаційну стратегію, більшою мірою орієнтуючись на традиційні форми взаємодії між собою, але переважно з великим бізнесом.

Зокрема, частка малого бізнесу в експорті товарів у США становить 16 % (тут необхідно врахувати ємний внутрішній ринок), в Японії, Німеччині, Нідерландах – до 40 %, у Франції – 20 %. Водночас, існує така закономірність: чим більше підприємство, тим більше воно експортує. Так, не експортують взагалі або експортують менше 5 % своєї продукції 60 % дрібних французьких

підприємств і лише 20 % великих компаній. Обсяг експорту також залежить від розміру підприємства: дрібні фірми (10-50 зайнятих) експортують в середньому 42 % своєї продукції; малі фірми (з числом зайнятих 50-199 чоловік) – 68 %, а середні фірми (200-499 зайнятих) – 92 % [66, с. 218].

Основні труднощі експортних підприємств малого бізнесу пов'язані з наступними причинами:

- нестача інформації про зарубіжні ринки;
- некомпетентність керівника, який часто не знає мови, не може організувати рекламу, не може спілкуватися з місцевими бізнесменами, погано враховує транспортні витрати, рух курсу валют та інше.

Як наслідок, з метою усунення зазначених проблем, посилення експортних позицій малого підприємства можливе за рахунок:

А. Взаємної співпраці агентів малого бізнесу за допомогою:

1. Об'єднання з іншими малими підприємствами для спільного вивчення зарубіжних ринків та просування своїх товарів. Наприклад, у Франції вони діють у формах:

а) «клубів підприємств» – об'єднання фінансово самостійних підприємств, які виробляють взаємодоповнювану, а не конкуруючу продукцію. Фірми повинні мати спільні риси: приблизно однакові розміри, приблизно однакові канали та методи збуту. Такі клуби вивчають ринки, організують спільні стенди на виставках, загальні каталоги продукції, створюють за кордоном торгові філії. У Франції 12 таких клубів;

б) об'єднань експортерів, в рамках яких об'єднуються підприємства, що виробляють однорідну продукцію, яка конкурує на внутрішньому ринку [66, с. 219].

2. Створення спільних підприємств з місцевими партнерами, що вже мають збутову/постачальницьку мережу за допомогою таких форм, як:

а) іноземні закупівельні бюро – філії іноземних збутових компаній, що спеціалізуються на закупівлях споживчих товарів. Бюро беруть на себе оформлення формальностей, доставку товару оплати в іноземній валюті.

Негативний момент у їх діяльності – закупівлі невеликими партіями та відмова від власної марки;

б) «товариства міжнародної торгівлі» – поширені у франкомовних африканських країнах.

Б. Розвиток співробітництва з великим, у тому числі транснаціоналізованим бізнесом за допомогою системи субпоставок, у тому числі за рахунок включення підприємств малого бізнесу до системи аутсорсингу великої компанії.

Прагнення малого бізнесу закріпитися на ринках інших країн стимулює і їх участь не лише в міжнародній торгівлі, але і в експорті капіталу. За оцінкою О.М. Ткаченко, експорт капіталу в світі здійснюють 4-5 тис. малих підприємств, які в такий спосіб розподіляються за галузями їх діяльності:

- 1) торгово-збутові філії;
- 2) виробничі підрозділи;
- 3) роздрібна торгівля, туризм, реклама, консультаційно-інформаційні та посередницькі контори.

Співвідношення матеріального виробництва і сфери послуг – 1: 3.

Оскільки будівництво філій обходиться досить дорого, підприємства малого бізнесу, в основному, розраховують на створення спільних підприємств з місцевим капіталом, оскільки це забезпечує:

- по-перше, менший ризик, оскільки партнер зазвичай знає ринок, має якусь частку на ньому;
- по-друге, спільне підприємство обходиться набагато дешевше, ніж самостійне будівництво або купівля діючих дрібних фірм, оскільки капітал у спільному підприємстві, що припадає на іноземного інвестора, може становити від 10-15 до 70-75 %.

Мотивом для місцевих підприємців зазвичай служить необхідність використання науково-технічного потенціалу партнера.

В цілому, оцінюючи участь підприємств малого бізнесу у експорті капіталу, необхідно констатувати нижчу частку, ніж в експорті товарів. У

розвинених країнах частка підприємств малого бізнесу в експорті товарів становить 20-25 %, у експорті капіталу – лише 2-5 % [66, с. 222].

Водночас, спостерігається активне залучення підприємств малого бізнесу до міжнародних інвестиційних процесів, ініційованих великими підприємствами, ТНК за рахунок реалізації таких форм співпраці, як:

- 1) інтрапренерства – утворення невеликого, часто тимчасового колективу для реалізації певної мети або під розробку деякої ідеї, необхідної для підвищення технічного рівня великого підприємства;
- 2) інкубаторство – «вирощування» малої форми, надання різної допомоги на етапах її становлення;
- 3) сателітна форма – організація малих фірм-сателітів – різних дочірніх фірм, які зберігають «родинні зв'язки» з «батьківською» фірмою, утворення малих фірм, юридично самостійних, але економічно тісно пов'язаних з корінною структурою і т.д.

Сателітна форма взаємодії малих і великих структур у стаціонарній економіці реалізується, переважно, на основі субконтрактації. Субконтрактація як різновид ділового партнерства передбачає таку кооперацію дрібних і навіть найдрібніших підприємств (у тому числі міні-фірм, сімейного підряду, домашнього промислу і т.д.), за якої велике підприємство на основі договору (контракту) розміщує замовлення, визначає специфікацію виробів, надає сировину або напівфабрикат для подальшої переробки і т.д., а виконавці (малі фірми) здійснюють часткову або фінальну обробку наданого матеріалу.

Велике підприємство може укласти контракт або на виробництво готового виробу, без власної участі в його виробництві (комерційний варіант), або на участь малих фірм в окремих стадіях технологічного процесу (виробничий варіант). На умовах субконтрактації може здійснюватися й реалізація продукції великого підприємства. Даний спосіб ділового партнерства малих і великих підприємств особливо поширений на Заході. Так, у швейній промисловості США на частку субконтрактації припадає близько третини всього виробництва. Так звані джобери (роботодавці) відшуковують матеріал,

забезпечують розкрий і передають напівфабрикат малим фірмам, які завершують виготовлення готового одягу. За такою ж системою працює близько 70 % підприємств швейної промисловості Японії. В Канаді приблизно третина робочої сили зайнята на виробництві по субконтракції [26, с. 76].

Причинами популярності субконтракції є взаємна вигода обох сторін:

1) великі підприємства вносять елемент стабільності та планованості в роботу малих фірм, будучи своєрідним демпфером, що амортизує вплив ринкової кон'юнктури; 2) малі підприємства виконують частину функцій великих фірм, концентруючись на питаннях збуту і постачання, розробці та впровадженні нововведень, підвищенні якості виробів і т.д. Доцільність залучення малих підприємств обумовлена наступним: більш низькі витрати виробництва у малих фірм; тимчасова нестача потужностей на великій фірмі при перевантаженому портфелі її замовлень; так звані маргінальні партії виробів (обсяг замовлення недостатньо великий для великої фірми або необхідне виробництво суто спеціалізованих виробів); проникнення на ринок з малими партіями товару без витрат на створення збутових систем, адаптивність до «пікових» ситуацій на ринку і т.д.

Малий бізнес відіграє важливу роль в обміні передовою технологією і в реалізації за кордоном технологічних новинок. При цьому його позиції в міжнародному науково-технологічному обміні є міцними за такими напрямками, як:

- продаж патентів;
- продаж ліцензій на запатентовані (за винятком товарних знаків) й незапатентовані («ноу-хау», креслення, технологічний досвід і т.п.) об'єкти промислової власності.

Експортна активність з продажу патентів і ліцензій за кордон пов'язана з наступними причинами:

1) збут технологій – найменш ризикована й затребувана форма зовнішньоекономічних операцій;



- 2) реалізація ліцензій не вимагає значних попередніх витрат, наприклад, як у випадку організації власної філії;
- 3) продаж ліцензій забезпечує надходження валютних коштів, тим самим прискорюючи процес накопичення капіталу;
- 4) продаж технології може стати початковим етапом встановлення ділових зв'язків із зарубіжними філіями або утворення спільних підприємств.

Багато дрібних фірм знаходяться на передових позиціях науково-технічного прогресу. У США, наприклад, їм належить близько 50 % усіх ліцензій, що продаються американськими компаніями за кордон.

Причина такого явища полягає в наступному:

- малий бізнес має високий науково-технічний потенціал;
- присутній досвід реалізації науково-технічних досягнень;
- американські компанії мають більш сильні фінансово-економічні позиції.

Європейський і японський малий бізнес відстає за цим показником, але їх частка досить велика: в європейських країнах вона становить 30-40 %, у Японії – понад 20 % [66, с. 223].

Існує більш-менш виражена географічна орієнтація малих новаторських підприємств з іноземними фірмами:

- американські фірми продають технологію переважно в Західну Європу і Латинську Америку;
- західноєвропейські фірми обмежуються, як правило, своїм регіоном;
- японські фірми ведуть технічну експансію в країни Південно-Східної Азії та в африканські країни.

Ліцензійна винагорода для підприємств малого бізнесу є більш важливою, ніж для великого капіталу, і становить значну частину їх спільних фінансових надходжень. Вибіркове обстеження американських компаній показало, що у компаній з обсягом продажів від 10 до 65 млн. дол. США частка ліцензійної винагороди становить 1,6 %, у дрібніших фірмах (до 10 млн. дол.) – 14 %, у ТНК (більше 1 млрд. дол.) – 0,3 % [66, с. 224].

Водночас, орієнтація на ведення інноваційного бізнесу в міжнародному економічному середовищі за допомогою активізації новітніх (прогресивних) форм міжнародної економічної взаємодії малих підприємств є характерною для «народжених глобальними».

Відповідно, революційна глобалізація підприємств малого бізнесу передбачає формування комерційних організацій, які із самого початку ставлять мету отримання конкурентної переваги на основі створення умов для технологічного відриву, підтримуваного за рахунок придбання ресурсів і збуту продукції в багатьох країнах. Таким чином, сферою прояву досліджуваного процесу є «нова економіка», а рушійною силою – «народжені глобальними» фірми, характерними особливостями яких виступають:

- 1) їх менеджмент з моменту створення розглядає увесь світ як ринковий майданчик, тобто зовнішні ринки, на відміну від традиційних фірм, сприймаються не як просте доповнення до внутрішнього ринку;
- 2) дані структури починають експортувати один або кілька видів продукції протягом двох років з часу заснування, і вивезення за кордон, як правило, становить не менше 25 % обсягу продажів;
- 3) найчастіше ці господарські утворення є дрібними виробниками із середнім річним обсягом продаж до 100 млн. дол.;
- 4) більшість «народжених глобальними» створюються активними підприємцями і, як правило, виникають у результаті серйозного технологічного прориву. Нерідко вони втілюють передову технологію в унікальні продукти або нові способи ведення бізнесу. У типовому випадку їх продукція містить значну величину доданої вартості і, в основному, призначена для промислового використання [83, с. 187].

«Народжені глобальними» виконують функцію провідників змін; вони є, по суті, ендогенними, але їх діяльність, що призводить до змін у технологіях, є екзогенною. При цьому завжди вважалося, що економічна ефективність великої компанії виключно висока, вона є двигуном НТП і джерелом нововведень [75]. Якщо розглядати інноваційний процес у трьох вимірах: 1) рівень вхідних

ресурсів, таких, як витрати на НДДКР або частка зайнятих НДДКР; 2) проміжний продукт, наприклад, кількість патентів на винаходи; 3) кількість нововведень, то отримуємо наступну картину:

- а) лідерами за обсягом витрат на НДДКР є великі компанії в силу володіння фінансовими ресурсами;
- б) підприємства малого бізнесу займаються патентною діяльністю більше, ніж НДДКР, і складають тут конкуренцію великим компаніям;
- в) незважаючи на те, що великі фірми в обробній промисловості створили більшу кількість важливих новітніх продуктів і технологій, ніж дрібні, на частку підприємств малого бізнесу припадає лише половина зайнятих у великих компаніях, що в результаті робить показник інноваційної активності підприємств малого бізнесу рівним 0,309 у порівнянні з 0,202 у великих компаніях [62, с. 45].

Крім того, інноваційна активність малого бізнесу залежить від галузі та рівня її регламентації: при жорсткорегламентованому режимі «народжені глобальними» відчують незручності, на відміну від підприємницького режиму. Зокрема, в таких галузях, як виробництво комп'ютерів, контрольно-вимірювальних приладів, електронних компонентів і т.п. – перевага за підприємствами малого бізнесу, а у виробництві фармацевтичної продукції, напівпровідників, великогабаритних машин і устаткування, в авіабудуванні, – за великими.

В цілому, для «народжених глобальними» характерна швидша інтернаціоналізація, оскільки проникнення на ринки для них є стратегічним вибором. Основним фактором розвитку інтернаціоналізації для них виступають керівники (підприємці), які знаходять переваги глобалізації там, де інші їх не бачать. Однак цього недостатньо для того, щоб використовувати можливості глобалізації. Вони повинні застосувати і застосовують глобальну стратегію, найважливішими елементами якої виступають особистісні підприємницькі зв'язки, знання і врахування галузевих умов та правил гри, вміння знайти ніші у рамках галузі або створити нові галузі як поле експансії на глобальному ринку.

Підсумовуючи вищевикладене, можна констатувати, що процес глобалізації, який формує єдиний бізнес-простір, охоплює і сферу малого бізнесу, стимулюючи його міжнародне підприємництво як поєднання інноваційної попереджувальної і схильної до ризику поведінки, що виходить за рамки національних кордонів і спрямована на створення нової вартості. При цьому глобалізація малого бізнесу розвивається у двох напрямках, для яких притаманні власні агенти (суб'єкти), стратегії їх поведінки, форми міжнародного співробітництва, середовище функціонування, а також функціональна спрямованість (таблиця 1.1.).

Таблиця 1.1.

### Зміст процесу глобалізації малого бізнесу

Критерій \ Напрямок	Еволюційна глобалізація малого бізнесу	Револьюційна глобалізація малого бізнесу
Агенти (суб'єкти)	«Миші»	«Газелі», «народжені глобальними»
Середовище функціонування	«Інша економіка»	«Нова економіка»
Стратегія поведінки	Адаптаційна	Глобальна експансія / глобальне взаємопроникнення
Форми міжнародного співробітництва	Традиційні (торгові), що забезпечують функціонування транснаціонального бізнесу	Прогресивні (виробниче і науково-технічне співробітництво) на інноваційній основі
Ступінь міжнародної економічної активності	Невисока, вимушена	Висока
Політика інтернаціоналізації бізнесу	Поетапна інтернаціоналізація діяльності	Інтернаціоналізація – стратегічна мета, політика прориву
Функціональна спрямованість діяльності	Забезпечення економічної ефективності транснаціонального бізнесу; забезпечення соціальної ефективності функціонування національної економіки	Забезпечення соціальної та економічної ефективності функціонування національної економіки

В результаті, можна зробити висновок, що:

– по-перше, реалізуючи функцію забезпечення соціальної та економічної ефективності функціонування національної економіки, малий бізнес виступає

сполучною ланкою в реалізації інтересів держав при економічній взаємодії з транснаціональними корпораціями;

– по-друге, зміщення відносин «центр-периферія» у сферу НТП при постійних змінах технологічних парадигм на їх ранніх етапах перетворюють високоінноваційні малі фірми на двигун НТП і прогресивних структурних перетворень в національних економіках, що актуально як для розвинених країн, так і для країн з економікою, що розвиваються, а також для країн із транзитивною економікою.

Отже, в роботі було розглянуто сутність процесу формування міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в контексті виділення його ролі в інноваційному процесі, підвищення інноваційної активності за рахунок індивідуалізації (аккумуляції людського капіталу). Інакше кажучи, було розвинено концепцію глобалізації малого бізнесу в частині зростання ролі інноваційної складової в діяльності малих підприємств у світогосподарській системі, що дозволило ідентифікувати предметну сферу «нового» позиціонування малого бізнесу в міжнародній економіці (розвиток міжнародної торгівлі послугами; підвищення інноваційної активності малих підприємств у світовому господарському обміні; організація спільних підприємств за допомогою залучення зарубіжного венчурного капіталу; розвиток лізингової форми міжнародного підприємництва малих підприємств; розвиток міжнародного франчайзингу як основи кооперації великого і малого бізнесу різних країн тощо).

Сам процес трансформації глобального інноваційного та науково-технічного простору підвищує, таким чином, роль малого бізнесу. Однак наявність «ахіллесової п'яти» (недостатність фінансового капіталу) вимагає активної підтримки малого бізнесу на рівні міжнародних організацій та урядів національних держав.

Підсумовуючи відзначимо, що Україна відноситься до країн з перехідною економікою, у зв'язку з чим, складові міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в ній мають свої особливості. До них відносяться:

суміщення в рамках одного малого підприємства декількох видів діяльності; відсутність чіткої спеціалізації, прагнення до максимальної самостійності; низький технічний рівень і низька технологічна оснащеність у поєднанні зі значним інноваційним потенціалом; відносно високий рівень кваліфікації кадрів і низький рівень менеджменту, висока пристосованість до складної економічної ситуації; нерозвиненість інфраструктури підтримки малих підприємств, що перешкоджає прагненню успішно функціонуючих підприємств малого бізнесу вийти на міжнародні ринки, відсутність повної та достовірної інформації про стан і кон'юнктуру ринку, нерозвиненість системи інформаційних, консультаційних послуг.

### **1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу**

Починаючи аналіз слід відзначити, що при оцінці ефективності міжнародної економічної діяльності підприємство малого бізнесу в першу чергу аналізує показники, які розраховуються кожен раз при укладенні експортних договорів з метою оцінки їх доцільності. Багато авторів наводять свої системи та показники для оцінки доцільності укладання експортних договорів. Наприклад, О.М. Матусова вважає за доцільне відслідковувати динаміку появи нових контрагентів, знаходячи відношення поточного періоду до попереднього [46, с. 72]. Проте більшість схиляється до стандартних виробничих показників ефекту й ефективності діяльності, паралельно розраховуючи показники рентабельності.

Поняття економічної ефективності є, в загальному вигляді, результативністю, тобто співвідношенням між результатом та ресурсами, витраченими на його досягнення. Зміст проблематики економічної ефективності лежить у площині зростання економічних результатів на одиницю витрат. В основі економічної ефективності лежить поняття ефекту.

Економічний ефект – це результат, що є різницею між грошовим доходом та витратами на його здійснення. В ринковій економіці цільова функція діяльності підприємства малого бізнесу (як і будь якого іншого підприємства) полягає в позитивному значенні показника прибутковості. Але, сам по собі прибуток не є показником ефективності діяльності підприємства малого бізнесу та його міжнародної економічної діяльності. Зміст ефективності впливає з необхідності постійно максимізувати отриманий прибуток підприємства малого бізнесу, за попутної мінімізації витрат на його отримання. Виходячи з цього, кількісним критерієм оцінки ефективності часто виступає рентабельність.

Слід також розділяти поняття загальної та порівняльної ефективності. Перша є результативністю сукупності вже реалізованих рішень, друга – визначається при виборі одного з доступних варіантів рішення.

Економічне обґрунтування прийнятих рішень при веденні міжнародної економічної діяльності підприємством малого бізнесу спирається на різні методики, до яких відносять: факторні, експертні, розрахункові.

Досить ефективним і одним з найбільш складних методів є факторний. Він полягає в пошуку чинників, що впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності. При використанні даного методу активно використовується математичний інструментарій. Визначається ступінь залежності виявлених чинників на ефективність міжнародної економічної діяльності.

До факторів міжнародної економічної діяльності можна віднести наступні групи:

- фактори, що відрізняють підприємства, які ведуть міжнародну економічну діяльність від підприємств, які базуються лише на домашніх ринках;
- зовнішні фактори (державні програми щодо стимулювання експортно-імпортних відносин, заохочення зовнішніх інвестицій та ін.);
- поведінкові чинники фірми (маркетингові стратегії, кваліфікація менеджменту та ін.) [37, с. 382].

Також чинники поділяють на внутрішні (на які підприємство здатне впливати) і зовнішні (неконтрольовані).

До першої групи відносять:

- технологічний стан виробничих потужностей підприємства, його відповідність сучасним стандартам;
- методики ведення виробничої та розподільчої діяльності;
- психологічні аспекти управління, клімат на підприємстві, цінності та ін.

До другої групи можна віднести:

- діючі економічні обмеження;
- політична ситуація в країні базування контрагента;
- особливості зарубіжної економіки й місцевого законодавства;
- міжнародна ситуація на ринку споживання товару та ін.

У зв'язку зі своєю складністю факторний підхід на практиці майже не використовується малими підприємствами-учасниками міжнародної економічної діяльності. Це пов'язано, з одного боку, з відсутністю необхідного досвіду використання подібних методик, а з іншого – зі складністю виявлення і збору необхідних для аналізу статистичних рядів.

Більш простим і часто використовуваним методом оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності малого підприємства є розрахунок системи економічних показників, які будуються на основі порівняння досягнутих результатів з витратами на їх досягнення.

На рівні малих підприємств під ефективністю міжнародної економічної діяльності часто розуміють ступінь збільшення доходу, добуток, різницю чи частку між результатами та витратами на їх досягнення. У зв'язку з цим показники оцінки ефективності можна розділити на дві наступні групи:

- показники ефекту, що є різницею між доходами та витратами на досягнення, у грошовому вираженні;
- показники ефективності, що визначаються як відношення результатів до витрат на їх досягнення, розраховуються у відносних показниках: частках,



відсотках та ін. [41, с. 525].

Для визначення ефективності міжнародної торговельної експортної операції, у першу чергу розраховується показник економічного ефекту:

$$(1.1.) \quad EE_{\text{ЕКС}} = V_{\text{ВФ}} + V_{\text{ГРН}} - V_{\text{ЕКС}},$$

де:  $EE_{\text{ЕКС}}$  – показник економічного ефекту експорту, грн.;

$V_{\text{ВФ}}$  – гривневий еквівалент відрахувань до валютного фонду підприємства, що розраховується перерахунком валютного доходу в гривні за курсом на дату надходження валюти, грн.;

$V_{\text{ГРН}}$  – дохід від обов'язкового продажу частини валюти державі, грн.;

$V_{\text{ЕКС}}$  – повні витрати підприємства на експорт, які включають: витрати на виробництво й реалізацію продукції (реклама, маркетинг, транспорт, страхування, мита, збори та ін.).

Економічна ефективність експортного договору розраховується за наступною формулою:

$$(1.2.) \quad E_{\text{ЕКС}} = (V_{\text{ВФ}} + V_{\text{ГРН}}) / V_{\text{ЕКС}},$$

де:  $E_{\text{ЕКС}}$  – показник економічної ефективності експорту.

Показник, отриманий в результаті розрахунку, показує розмір вигоди, отриманої з кожної вкладеної гривні. Договір має економічний сенс лише тоді, коли  $E_{\text{ЕКС}} > 1$ .

Для прийняття більш обґрунтованого рішення відносно експорту продукції показник ефективності експорту  $E_{\text{ЕКС}}$  порівнюється з показником ефективності виробництва й реалізації продукції на внутрішньому ринку  $E_{\text{ВН}}$ :

$$E_{\text{ВН}} = O_{\text{ЕКС}} / (BC_{\text{ЕКС}} + V_{\text{РВС}}), \quad (1.3.)$$

де:  $E_{ВН}$  – показник ефективності виробництва й реалізації продукції на внутрішньому ринку, грн./грн.;

$O_{ЕКС}$  – обсяг експорту у внутрішніх цінах, грн.;

$ВС_{ЕКС}$  – виробнича собівартість експортних товарів (витрати на виробництво);

$В_{РВС}$  – витрати на реалізацію експортної продукції всередині країни, грн.

Необхідною умовою ефективності експорту є виконання співвідношення:

$$E_{ЕКС} > E_{ВН} > 1.$$

Імпортні операції, найчастіше, пов'язані зі ввезенням товару для власного споживання у процесі виробництва нового товару або ж для повторної реалізації на внутрішньому ринку шляхом перепродажу. При цьому, в першому випадку розглядаються варіанти з багаторазовим або ж одноразовим споживанням.

Найпростішим варіантом розрахунку, при ввезенні товару для повторної реалізації на внутрішньому ринку, є розрахунок економічного ефекту від імпорту товару, призначеного для внутрішнього споживання:

$$EE_{ІМП} = V_B - ЦС_{ІМП}, \quad (1.4.)$$

де:  $EE_{ІМП}$  – показник економічного ефекту від імпорту продукції для власного використання, грн.;

$V_B$  – повні витрати на придбання (виготовлення) та використання продукції, альтернативної імпортній, грн.;

$ЦС_{ІМП}$  – ціна споживання імпортного товару (продукції), тобто всі витрати за весь період служби імпортного товару, продукції, грн.

Економічний зміст показника економічного ефекту, що розраховується за формулою  $EE_{ІМП}$ , полягає в тому, що він показує розмір прибутку експортера у випадку придбання імпортної продукції замість придбання (виготовлення) продукції, альтернативної імпортній.

Якщо  $Ц_{\text{МП}} > В_{\text{В}}$ , то абсолютне значення цього показника показує той прибуток, який може мати потенційний імпортер, якщо він замість імпоротної продукції придбає (виготовить) продукцію, альтернативну імпортній.

Повні витрати на споживання й користування субститутом розраховується за наступною формулою:

$$В_{\text{В}} = Ц_{\text{ПВ}} + E_{\text{ВВ}}, \quad (1.5.)$$

де:  $Ц_{\text{ПВ}}$  – ціна покупки (витрати на виготовлення) продукції за базовим варіантом (альтернативної продукції або аналогічної імпортній), що включає всі витрати, пов'язані з її придбанням (виготовленням), грн.;

$E_{\text{ВВ}}$  – експлуатаційні витрати за весь період служби продукції, альтернативної або аналогічної імпортній, які включають вартість споживаної сировини, матеріалів, вартість палива й енергії, вартість ремонтів, заміни запчастин, заробітну плату робітників, зайнятих обслуговуванням (з усіма відрахуваннями) та інші аналогічні витрати, грн.

Найбільш типовою ситуацією є закупівля товарів для багаторазового споживання: верстати, машини, транспортні засоби та ін. В такому випадку порівняти цінову різницю буде недостатньо. Виникає потреба порівняти витрати по ряду виробничих параметрів, які формують поняття «експлуатаційні витрати», при використанні обладнання.

Даний ряд включає в себе:

- вартість ремонтів устаткування згідно з прийнятою системою;
- витратні матеріали, енергетичні витрати на одиницю випуску продукції;
- витрати на заробітну плату та інші нарахування працівників, зайнятих прямим обслуговуванням устаткування;
- витрати на придбання запасних частин для обладнання [44, с. 90].

Іншими словами, при імпорті обладнання, яке використовується багаторазово, розрахунок заснований на механізмі повної ціни споживання і

розраховується за наступною формулою:

$$\text{ЦС}_{\text{ІМП}} = \text{Ц}_{\text{П}} + E_{\text{В}}, \quad (1.6.)$$

де:  $\text{Ц}_{\text{П}}$  – ціна покупки (придбання) імпортного товару, що включає всі витрати (ціна контракту, мита, збори, транспорт, страхівка, оплата послуг посередників та ін.), пов’язані з придбанням товару на зовнішньому ринку, грн.;

$E_{\text{В}}$  – експлуатаційні витрати за весь період служби імпортного товару (продукції), які включають вартість споживаної сировини, матеріалів, вартість палива й енергії, вартість ремонтів і запасних частин, заробітну плату робітників з усіма відрахуваннями та інші аналогічні витрати, пов’язані з експлуатацією, грн.

Повна ціна також визначається щодо товару – субституту, який можна придбати на внутрішньому ринку, в такому випадку можна розрахувати економічний ефект від даного договору за формулою:

$$E_{\text{ЕІМП}} = \text{Ц}_{\text{РІ}} - \text{Ц}_{\text{П}}, \quad (1.7.)$$

де:  $E_{\text{ЕІМП}}$  – показник економічного ефекту імпорту, грн.;

$\text{Ц}_{\text{РІ}}$  – ціна реалізації імпортних товарів за вирахуванням витрат, пов’язаних з реалізацією (реклама, маркетинг, транспорт та ін.), грн.;

$\text{Ц}_{\text{П}}$  – ціна покупки (придбання) імпортних товарів, що включає всі витрати, пов’язані з їх придбанням (ціна договору (контракту), мита, транспорт, страхівка, оплата послуг посередників та інші), грн.

Договір є економічно доцільним в тому випадку, якщо повна ціна споживання товару, що імпортується, нижча від ціни товару-субституту з внутрішнього ринку або ж економічний ефект від імпорту більше 1.

Також куплене в результаті імпорту обладнання може бути більш продуктивним, порівняно з вітчизняним аналогом. У такому випадку доцільно

також розрахувати і повну ціну споживання на одиницю виробленої продукції. У разі відсутності субституту на внутрішньому ринку економічна ефективність не визначається, але економічна ефективність договору розраховується за такою формулою:

$$E_{\text{ІМП}} = V_B / Ц_{\text{ІМП}}, \quad (1.8.)$$

Необхідною умовою ефективного імпорту в цьому випадку є  $E_{\text{ІМП}} > 1$ . Економічний зміст даного показника полягає в тому, що він показує, у скільки разів імпортна продукція (товар) ефективніша за продукцію, альтернативну імпортній.

Показник економічної ефективності імпорту й реалізації товару на внутрішньому ринку розраховується за формулою:

$$E_{\text{ІМП}} = Ц_{\text{РІ}} / Ц_{\text{ІІ}}, \quad (1.9.)$$

Економічний сенс показника ефективності імпорту  $E_{\text{ІМП}}$  полягає в тому, що він показує, скільки гривень виручки отримує імпортер на кожну гривню витрат, пов'язаних з імпортом.

Якщо мале підприємство займається експортом та імпортом одночасно, то для оцінки його роботи на зовнішньому ринку за певний період можуть бути розраховані інтегральні показники ефективності міжнародної торговельної діяльності.

Показник інтегрального економічного ефекту від експортно-імпортної діяльності  $EE_{\text{ЕКС-ІМП}}$  може бути розрахований наступним чином:

$$EE_{\text{ЕКС-ІМП}} = EE_{\text{ЕКС}} + EE_{\text{ІМП}}, \quad (1.10.)$$

де:  $EE_{\text{ЕКС}}$  – сумарний економічний ефект від експорту, приведений в проміжок часу, за який визначається ефект, грн.;

$EE_{\text{ІМП}}$  – сумарний економічний ефект від імпорту, приведений до проміжку часу, за який визначається ефект, грн.

Економічний сенс показника інтегрального економічного ефекту полягає в тому, що він показує прибуток, який мав учасник міжнародної економічної діяльності за відповідний період часу по всій сукупності експортно-імпортних операцій.

Інтегральний показник ефективності експортно-імпортної діяльності підприємства за відповідний період часу розраховується наступним чином:

$$E_{\text{ЕКС-ІМП}} = EE_{\text{ЕКС-ІМП}} / (V_{\text{ЕКС}} - V_{\text{ІМП}}), \quad (1.11.)$$

де:  $E_{\text{ЕКС-ІМП}}$  – інтегральний показник ефективності експортно-імпортної діяльності, коп./грн., %;

$V_{\text{ЕКС}}$  – повні витрати на експорт, приведені в проміжок часу, за який визначається економічна ефективність, грн.;

$V_{\text{ІМП}}$  – повні витрати на імпорт, приведені в проміжок часу, за який визначається економічна ефективність, грн.

Показник ефективності експортно-імпортної діяльності демонструє, скільки копійок прибутку має підприємство на кожну гривню витрат, пов'язаних з експортно-імпортними операціями.

Також одним із активно використовуваних інструментів для оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності малого підприємства є різні показники рентабельності.

Наприклад, при розрахунку витратної моделі ефективності В.М. Литвиненко виділяє показник рентабельності витрат ( $R_3$ ) [40]:

$$R_3 = (\Pi / V) \times 100 \%, \quad (1.12.)$$

де:  $\Pi$  – прибуток від виконання експортних операцій;

$V$  – сукупні витрати за експортними операціями.

Також автор зазначає, що оцінку ефективності експорту не можна здійснювати лише через розрахунок норми прибутку, оскільки частина експортованої продукції спрямовується на внутрішнє споживання. Прибуток від поставок за кордон не може бути віднесений до авансованого капіталу, тобто до всіх одноразових затрат, отже, як зазначає В.М. Литвиненко, ефективність експорту доцільно розраховувати за допомогою показників рентабельності [40]. Вищезгаданий показник рентабельності витрат характеризує ефективність з позиції виробничої продуктивності.

До найбільш загальних показників, що характеризують ефективність експортних операцій, відносять рентабельність продажів:

$$R_{\text{пр}} = (\text{П} / \text{В}) \times 100 \%, \quad (1.13.)$$

де: П – прибуток від експорту;

В – чистий дохід від експортних продаж.

Таким чином, на сьогоднішній день певного стандартизованого методу оцінки міжнародної економічної діяльності малого підприємства не існує. При оцінці міжнародної економічної діяльності прийнято звертатися до наступних загальних методів: факторного, експертного, розрахункового. Експертні не відрізняються точністю, а факторні – трудомісткі.

Найбільш поширеними є розрахункові методи оцінки, що включають набір простих (у плані розрахунків) показників, до яких можна віднести: економічні показники ефекту й економічної ефективності міжнародної економічної діяльності. Більш широкими за своїм застосуванням є показники рентабельності, вони є відмінним доповненням до вищезгаданих показників. Крім цього в Україні підприємства, в тому числі і малі для оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності аналізують потенціал підприємства як основного інструменту обґрунтування управлінського рішення підприємця щодо доцільності здійснення підприємством міжнародної економічної діяльності.

Процес організації та управління міжнародної економічної діяльності через низку причин є значно складнішим, ніж діяльність на внутрішньому ринку. Жодна підприємницька структура не в змозі вийти на зовнішній ринок без досягнення певного рівня розвитку навичок менеджменту, виробництва, впровадження системи менеджменту якості та якості виробленої продукції (роботи/послуги), фінансової «прозорості» і стабільності та ін. До того ж, даному процесу повинно сприяти і зовнішнє навколишнє середовище потенційного учасника міжнародної економічної діяльності. Таким чином, залежність потенціалу підприємницької структури, в нашому випадку малого підприємства, яка планує організацію міжнародної економічної діяльності, від сукупності як зовнішніх, так і внутрішніх чинників, дозволяє ввести й оперувати в даному випускному кваліфікаційному дослідженні поняттями «зовнішній» і «внутрішній» потенціал міжнародної економічної діяльності підприємницької структури.

Мета і стратегія підприємства малого бізнесу (ПМБ) (1)

Цілі та завдання міжнародної економічної діяльності (МЕД) (2)

Оцінка внутрішнього потенціалу МЕД ПМБ (3)

Оцінка зовнішнього потенціалу МЕД ПМБ (4)

Визначення системи показників по кожному елементу потенціалу МЕД ПМБ (5)

Збір інформації по кожному показнику елемента потенціалу МЕД ПМБ (6)

Оцінка показників елементів потенціалу МЕД ПМБ методом нормування (7)

Розрахунок інтегральної оцінки потенціалу МЕД ПМБ (8)



Аналіз отриманих результатів та прийняття управлінського рішення щодо готовності до організації МЕД (9)

Розробка форми реалізації МЕД з урахуванням принципів організації МЕД ПМБ (10)

Розробка бізнес-плану з реалізації МЕД ПМБ (11)

**Рис 1.1. Етапи оцінки потенціалу МЕД ПМБ методом нормування показників оцінки його елементів**

Оцінка внутрішнього потенціалу міжнародної економічної діяльності малого підприємства може бути здійснена за допомогою наведених у **Додатку А** базових показників.

Оцінка підприємницької діяльності, що є однією з найважливіших функцій ефективного управління малим підприємством, повинна базуватися на об'єктивній та достовірній інформації стосовно можливостей досягнення малим підприємством цілей щодо виходу на зовнішні ринки. У зв'язку з цим дана оцінка і повинна проводитися менеджментом за допомогою залучення вищеповисаних елементів потенціалу міжнародної економічної діяльності малого підприємства.

**Висновки до розділу I**

Малий бізнес – це особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є малий підприємець, котрий поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу. Основу малого бізнесу

становлять невеликі (малі) підприємства, характерними ознаками яких є незначна кількість штатних працівників та невеликі обсяги виробництва.

Мале підприємство можна розглядати як іманентний елемент системи економічних відносин в економіці ринкового типу, який забезпечує її інноваційну активність і підтримує конкурентне середовище. В ході проведеного дослідження ми змогли виділити низку тенденцій розвитку та зміни ролі підприємств малого бізнесу в економіці. По-перше, тенденцією останніх десятиліть стала досить висока експортна орієнтація підприємств малого бізнесу розвинених країн. По-друге, підприємства малого бізнесу практикують залучення зарубіжних інвестицій і транснаціоналізацію своєї діяльності. По-третє, без невеликих компаній важко уявити собі процес міжнародного розвитку науково-технічних зв'язків. По-четверте, реалізація міжнародних торговельних стратегій підприємств малого бізнесу передбачає використання цілого арсеналу різних форм і методів проникнення на міжнародний ринок. По-п'яте, дрібний бізнес широко використовує і такий спосіб зменшення виробничо-комерційного ризику при виході на міжнародний ринок, як утворення спільних підприємств з місцевими партнерами. При цьому фінансовий паритет партнерів стає лише однією з можливих умов співпраці.

В результаті у загальній чисельності фірм частка малих підприємств перевищує 90 %, в забезпеченні зайнятості економічно активного населення – 60-70 %, у виробництві ВВП – 50-70 %. Іншими словами, мала економіка є вельми істотною частиною національних економік розвинених країн. Аналогічні тенденції спостерігаються і в ряді країн, що розвиваються.

Таким чином, мала економіка не тільки забезпечує зайнятість населення і знижує рівень безробіття під час криз, а й виконує цілу низку інших найважливіших соціально-економічних функцій, що дозволяють національній економіці успішно функціонувати й розвиватися. Серед таких функцій можна навести наступні: забезпечення доходами значної частини населення і формування середнього класу; формування конкурентного середовища та антимонопольної структури національної економіки; підвищення інноваційної

активності суб'єктів господарювання та прискорення інноваційних процесів у всіх галузях; вплив на позитивні структурні зміни в економіці; зростання ВВП.

Проведений аналіз свідчить, що в сфері міжнародної економічної активності малого бізнесу в Україні розвиваються практично всі форми міжнародної економічної діяльності, характерні для малого бізнесу країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою. Проте, характерними і найбільш розвиненими формами залишаються: імпорт товарів, збут/закупівлі для великих фірм, експорт товарів. Більш прогресивні форми міжнародної економічної діяльності знаходяться в зародковому стані і для свого розвитку потребують уваги з боку держави. Причому державна підтримка повинна охоплювати найрізноманітніші напрями формування і розвитку міжнародної економічної активності вітчизняного малого бізнесу – від елементарних умов при здійсненні реєстрації підприємств, їх оподаткування – і до організації надійної системи державних гарантій та системи співфінансування малого бізнесу за участю держави і великого бізнесу.

Провівши дослідження методичних підходів до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу ми прийшли до розуміння того, що на сьогоднішній день певного стандартизованого методу оцінки міжнародної економічної діяльності малого підприємства не існує. При оцінці міжнародної економічної діяльності прийнято звертатися до наступних загальних методів: факторного, експертного, розрахункового. Експертні не відрізняються точністю, а факторні – трудомісткі. Найбільш поширеними є розрахункові методи оцінки, що включають набір простих (у плані розрахунків) показників, до яких можна віднести: економічні показники ефекту й економічної ефективності міжнародної економічної діяльності. Більш широкими за своїм застосуванням є показники рентабельності, вони є відмінним доповненням до вищезгаданих показників. Крім цього в Україні підприємства, в тому числі і малі для оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності аналізують потенціал підприємства як основного

інструменту обґрунтування управлінського рішення підприємця щодо доцільності здійснення підприємством міжнародної економічної діяльності.

## **РОЗДІЛ 2**

### **ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП»)**

#### **2.1. Сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні**

За сучасних умов трансформаційних перетворень економіки України важливим етапом становлення й розвитку держави є стабільний та цілеспрямований економічний розвиток малого й середнього бізнесу. Завдяки раціональному використанню наявних ресурсів та умов МСБ виступає головним генератором новаторських та інноваційних ідей, одним із важелів формування та функціонування регіональної економіки, який стимулює ринковий механізм країни до сталого економічного зростання. Ефективний розвиток МСБ є основним показником стабільності та прогресивності економічного розвитку країни, адже саме підприємницький сектор забезпечує

економіку країни усіма необхідним ресурсами та сприяє реалізації наявного потенціалу.

Від стану розвитку МСБ залежить рівень економічного розвитку регіону, адже рівень споживання населення в регіоні відтворює їх купівельну спроможність та, відповідно, можливі очікувані прибутки підприємців. Тому взаємозв'язок економічного розвитку регіону з розвитком МСБ набуває особливого значення з позиції їх взаємозалежності та об'єктивності. З урахуванням значної ролі малого та середнього бізнесу в економічному розвитку окремих територій та держави, постає потреба у визначенні особливостей його функціонування в сучасних умовах ринкових, економічних та політичних перетворень.

Малий і середній бізнес в Україні, як і в інших країнах світу, є пріоритетним для розвитку регіонів країни та формування його системи економічного розвитку. Розглянемо, яку частку складає малий, середній та великий бізнес в Україні для визначення їх внеску в розвиток регіональної економіки [2].

Питома вага кількості малих підприємств серед загальної кількості підприємств протягом п'яти років збільшилась на 1 % у наслідок зменшення питомої ваги середніх та великих підприємств. Структура усіх підприємств протягом п'яти років змінюється в бік збільшення малих підприємств та зменшення інших, але якщо розглядати динаміку кількості малих підприємств, то вона протягом п'яти років зменшилась майже на 30 000 одиниць. Така ситуація свідчить про підвищення ролі малого бізнесу та водночас зменшення підприємницької активності підприємств через певні труднощі економічного, соціального, фінансового, політичного характеру.

Кількісна структура підприємств бізнесу в Україні за досліджуваний період суттєво не змінилась. Загалом же кількість МСБ у 2017 році досягла 99,9 % від загальної кількості, тобто можна сказати, що сектор МСБ в Україні сформувався кількісно й відповідає середньоєвропейському рівню. Розглянемо

динаміку малих та середніх підприємств за 2010-2016 роки в таблицях 2.1, 2.2

[72]

Таблиця 2.1.

**Кількість середніх підприємств в Україні за 2010 – 2016 роки**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
середні підприємств а од	20983	20753	20189	18859	15906	15203	14869
відсотків до загальної кількості підприємств	5,5	5,5	5,5	4,8	4,7	4,4	4,9

Кількість підприємств МСБ не визначає ефективність функціонування цього сектору в Україні, важливим є кількість зайнятих на цих підприємствах та обсяг виробленої ними продукції, адже кількість підприємств МСБ може бути мінімальною, а кількість зайнятих та обсяг виробленої продукції на них достатньо об'ємною, і навпаки.

Таблиця 2.2.

**Кількість малих підприємств в Україні за 2010 – 2016 роки**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
малі підприємства од	357241	354283	344048	373809	324598	327814	291118
відсотків до загальної кількості підприємств	94,3	94,3	94,3	95,0	95,2	95,5	95,0

Тому кількісне визначення підприємств МСБ є важливим для подальшого порівняння його з іншими показниками оцінки МСБ. Розглянемо динаміку зайнятих працівників на різних підприємствах України за період 2010 – 2016 рр. (таблиця 2.3.) [1].

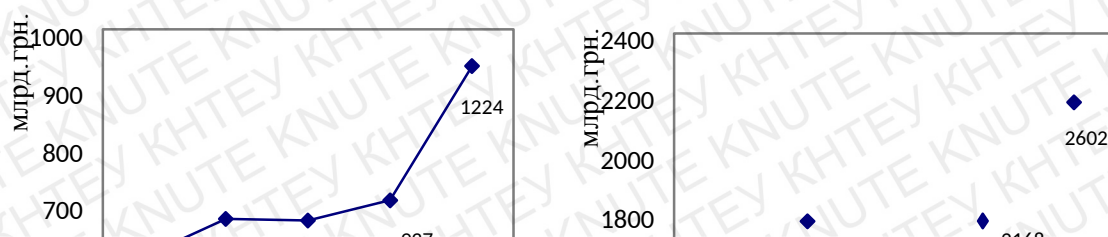
Таблиця 2.3.

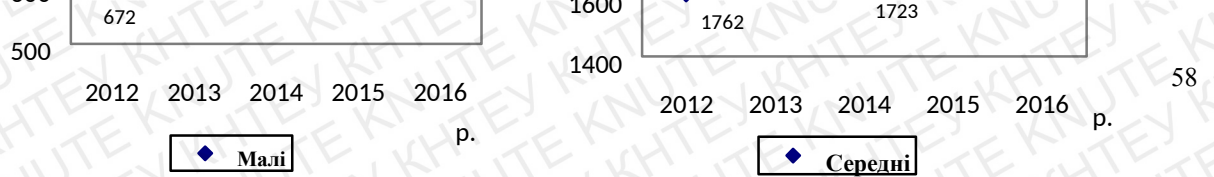
### Кількість зайнятих працівників на підприємствах малого та середнього бізнесу в Україні в 2010 – 2016 рр.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
середні підприємства тис.	3393,3	3252,6	3144,2	3012,1	2696,5	2604,7	2568,6
відсотків до загальної кількості зайнятих працівників	42,6	41,7	40,9	40,7	42,8	44,2	42,6
малі підприємства тис.	2164,6	2091,5	2051,3	2010,7	1686,9	1576,4	1609,6
відсотків до загальної кількості зайнятих працівників	27,2	26,9	26,7	27,1	26,8	26,8	27,9

Найвища кількість зайнятих сконцентрована на середніх підприємствах – 42 % від загальної кількості підприємств України, що пояснюється їх розміром. Але кількість зайнятих із кожним роком зменшується, а найменша кількість зайнятих спостерігалась на малих підприємствах у 2014 – 2015 роках – 26 %. Однією з головних причин такої ситуації може бути складна та невідповідна економіці України система податкових платежів і як наслідок – приховування деякої кількості працюючих на підприємстві, тобто підвищення рівня тіньової економіки в країні через несприятливі умови для їх відкритого функціонування.

Іншою причиною такої ситуації може бути підвищення рівня автоматизації та механізації праці на підприємствах, унаслідок чого продуктивність праці працівників підвищується та відповідно зменшується кількість необхідних працівників. Для того, щоб підтвердити або спростувати ті чи інші причини, розглянемо як змінюється обсяг реалізованої продукції на підприємствах МСБ за період 2010 – 2016 рр. (рис. 2.1.) [3].





**Рис. 2.1. Обсяг реалізованої продукції на підприємствах МСБ у період 2010 – 2016 рр.**

Найбільшу частину реалізованої продукції в Україні виробляють середні підприємства – 42 %, причому в 2015 році обсяг реалізації значно підвищився як у середніх, так і у малих підприємств. Обсяг реалізованої продукції підприємствами МСБ в Україні в півтора рази перевищує обсяг реалізації великих підприємств. Тому цікавим є визначення видів економічної діяльності, в яких виробляється та реалізується найбільша кількість продукції (табл. 2.4.)

[6].

*Таблиця 2.4.*

**Види економічної діяльності підприємств МСБ за обсягом реалізованої продукції в 2011 – 2015 рр., млрд. грн.**

Види економічної діяльності	2011	2012	2013	2014	2015
Сільське, лісове та рибне господарство	114, 4	143, 1	137, 6	182, 3	301, 1
Промисловість	476, 3	528, 9	538, 9	613, 6	809, 2
Будівництво	108, 8	142, 2	125, 3	139, 8	123, 6
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	1100,4	1142,1	1116,8	1104,6	1388,2
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	69,7	89,2	88,6	95,7	140, 8
Тимчасове розміщення й організація харчування	13,8	27,5	18,6	11,1	13,2



Інформація та телекомунікації	38,3	39,6	41,1	47,6	62,1
Фінансова та страхова діяльність	159,6	159,4	88,1	20,9	32,9
Операції з нерухомим майном	55,1	51,2	47,9	70,9	82,5
Професійна, наукова та технічна діяльність	54,4	74,8	50,9	61,1	66,5
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	28,2	37,9	36,1	36,5	38,6
Освіта	1,6	1,7	1,7	1,5	1,9
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	7,2	8,3	9,1	7,5	10,5
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6,4	4,7	9,3	11,3	3,1
Надання інших видів послуг	2,6	3,2	2,6	2,6	3,3

Результати аналізу в таблиці 2.1 свідчать, що найбільший обсяг реалізованої продукції виробляють підприємства МСБ, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею, причому цей показник із кожним роком збільшується. Найменший обсяг реалізованої продукції виробляють підприємства МСБ, що зайняті у сфері освіти. Більш ніж удвічі за останні п'ять років збільшився обсяг реалізованої продукції, яку виробляють підприємства МСБ у сфері сільського господарства, промисловості, транспорту та кур'єрської діяльності. У сфері фінансової та страхової діяльності обсяг реалізованої продукції підприємств МСБ зменшився більш ніж утричі. Пріоритетними галузями, що сприяють розвитку МСБ є оптова та роздрібна торгівля, сільське, лісове та рибне господарство, промисловість.

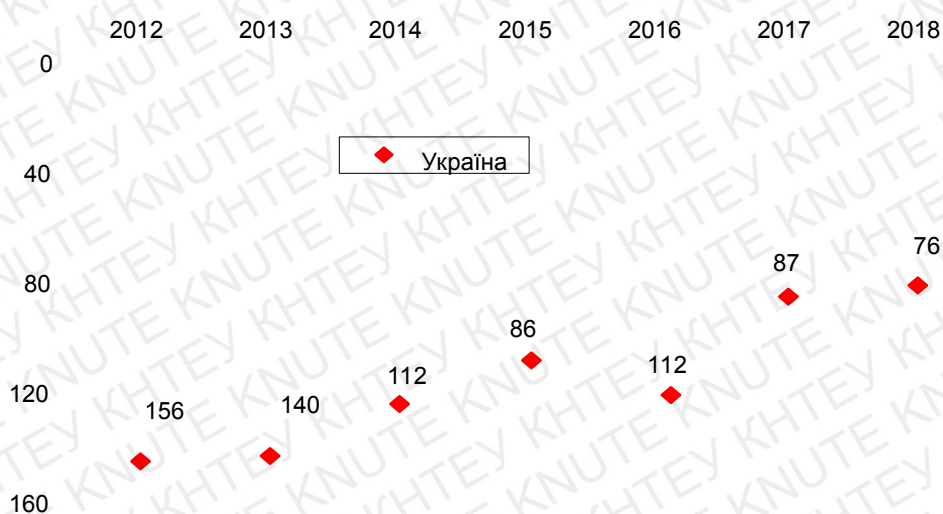
Визначено та сформовано регіональний розподіл підприємств МСБ за видами економічної діяльності в 2015 році. За результатами можна зазначити, що передовими областями щодо розташування підприємств МСБ, які забезпечують активність основних видів економічної діяльності в 2015 р. є:

Дніпропетровська, Одеська, Львівська, Харківська. У цих областях найбільша кількість підприємств МСБ за усіма видами економічної діяльності.

Аутсайдерами серед усіх областей за кількістю підприємств МСБ є Луганська, Чернівецька, Волинська. Черкаська область має середні значення щодо кількості підприємств МСБ із розглянутих видів економічної діяльності.

Для визначення рівня розвитку бізнесу України серед інших країн, розглянемо позицію України у світовому рейтингу щодо легкості ведення бізнесу у 2018 році. За результатами рейтингу Doing Business-2018 Україна показує досить оптимістичну лінію свого розвитку щодо МСБ, піднявшись за 6 років на 80 позицію. Розглянемо докладніше зміну позиції України у світовому вимірі на рисунку 1.3 [5; 7; 8].

У рейтингу Doing Business-2016 Україна посіла 76 місце серед 189 країн світу, покращивши свій рейтинг порівняно з попереднім роком на 4 позиції. Наша держава перебуває в рейтингу між Кигизією – 77 місце та Брунеєм – 75 місце. Цей рейтинг складається Світовим банком та здійснює оцінку за такими напрямками, як: реєстрація підприємств, отримання дозволу на будівництво, підключення до системи електричних систем, реєстрація власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, виконання контрактів, вирішення неплатоспроможності.



**Рис. 2.2. Динаміка позиції України у Рейтингу умов ведення бізнесу в 2012 – 2018 рр.**

У таблиці 2.5. зображено рейтинги 2015 та 2016 рр., а також їх зміни відповідно до підвищення або пониження позиції у загальному рейтингу [25].

На основі розглянутих індикаторів ведення бізнесу варто зазначити значне покращення показника «реєстрація підприємства», що відображає простоту процедури започаткування бізнесу. Україна піднялася на 40 позицій порівняно з попереднім роком, та є кращою, ніж у Польщі (85 місце), Киргизії (35) і навіть у регіоні (47) (у цьому рейтингу Україна належить до Європи та Центральної Азії).

Основні показники, якими керуються при формуванні індикатора «реєстрація підприємства», є: загальна кількість процедур для реєстрації компанії (показник для України – 4), кількість днів для реєстрації компанії (7), вартість (0,6 % доходу на душу населення), мінімальний оплачений капітал (0 % валового доходу на душу населення).

На три позиції підвищилися результати за індикатором «реєстрація власності» – з 64 місця на 61-ше. Найвище місце в рейтингу наша держава посіла за індикатором «отримання кредитів» – 19 серед 189 країн і водночас дуже низьке за показником «оподаткування» – 107. Отже, рейтинг показав, що найбільш проблемними показниками в МСБ країни є рівень оподаткування, отримання дозволів на будівництво, міжнародна торгівля та вирішення неплатоспроможності. Загалом значенні умови ведення бізнесу в Україні покращилися, але така ситуація свідчить про узагальнені дані, а також покращення цього показника за рахунок найбільш розвинутих регіонів України, таких як Одеська, Харківська, Донецька, Дніпропетровська області. Політичний, економічний клімат у країні є несприятливим, що значно сповільнює розвиток МСБ.

*Таблиця 2.5.*

#### **Позиція України за індикатором рейтингу Doing Business-2016**

Індикатори ведення бізнесу	DB-2016	DB-2015	Зміни рейтингу
Реєстрація підприємств	30	70	40

Отримання дозволів на будівництво	140	139	-1
Підключення до системи електропостачання	137	138	1
Реєстрація власності	61	64	3
Отримання кредитів	19	17	-2
Захист міноритарних інвесторів	88	87	-1
Оподаткування	107	106	-1
Міжнародна торгівля	109	109	Без змін
Виконання контрактів	98	98	Без змін
Вирішення неплатоспроможності	141	141	Без змін

На основі проведених досліджень, можна дійти висновку, що за кількісними показниками Україна наближається до європейських стандартів, проте роль цих підприємств в економіці залишається низькою, адже МСБ України, на відміну від європейських підприємств МСБ, не роблять такого вагомому внеску в розвиток економіки, як це мало б бути. А саме: показник кількості створених у секторі МСБ робочих місць не зіставляється з кількістю підприємств МСБ (в Україні – 99%, у розвинених країнах – 99%), при майже однаковій частці підприємств МСБ у загальній структурі в розвинених країнах частка створених робочих місць сягає 70 %, тоді як в Україні – лише 36 %; незавершеність та неефективність наявної податкової реформи в Україні визначається рівнем її тіньової економіки – 40 % підприємств МСБ працюють у тіні, що є значною перешкодою для формування сектору МСБ, стримує можливості та потенціал країни; за регіонами України малі та середні підприємства розташовані нерівномірно. Більша їхня частина зосереджена на території п'яти регіонів: у Дніпропетровській, Донецькій, Харківській та Одеській областях, тобто в Східно-центральної частині України; переважна частина підприємств МСБ в Україні займається оптовою та роздрібною торгівлею, насамперед, через незначні капіталовкладення у цей вид економічної

діяльності та швидку окупність порівняно з іншими видами економічної діяльності. Найменша кількість підприємств МСБ України у сфері освіти свідчить про обережність представників МСБ вкладати кошти в довгострокову перспективу; у результаті проведення дослідження рівня економічного розвитку та розвитку МСБ у регіонах України, було визначено три групи регіонів, які об'єднані між собою синхронністю зміни досліджуваних показників, а також інтенсивністю економічного розвитку. Регіони України характеризуються регіональною диференціацією та потребують формування стратегічних засад вирівнювання рівня економічного розвитку МСБ і регіонів загалом. Особливості розвитку окремих регіонів свідчать про необхідність розробки шляхів подолання регіональної асиметрії, тобто деякі регіони потребують заходів, які стимулюють до розвитку МСБ, дещо прогресивних із метою балансування притоку інвестицій, збільшення рівня споживання у всіх регіонах.

Окреслені проблеми в регіонах України свідчать про необхідність індивідуального підходу щодо розв'язання проблем розвитку МСБ у кожному регіоні, врахування особливостей попиту та пропозиції, а також територіальних, економічних, соціальних складових.

Виявлені диспропорції розвитку МСБ в Україні вимагають розгляду та дослідження основних перешкод для можливості в подальшому розробки виваженої економічної політики та стратегічних засад, які передбачатимуть усунення наявних перешкод та надання дієвої підтримки підприємствам МСБ.

При цьому, в 2017 році в Україні нараховувалося 322,9 тис. малих підприємств, середньооблікова зайнятість становила 1651,0 тис. осіб, а обсяг реалізованої продукції оцінювався в 1463333,8 млн. грн. [21].

Переходячи до дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу України, необхідно зробити застереження, що державна статистика не дозволяє достовірно дослідити дану сферу бізнесу в силу тіньового характеру міжнародної економічної діяльності представників малих форм бізнесу та недосконалості офіційного статистичного обліку, що

реалізується в різних державних органах і, як наслідок, приводить до втрати або повтору інформації.

З початком ринкових перетворень міжнародна економічна сфера стала привабливою для вітчизняних підприємницьких структур. Девальвація гривні, зміна масштабу внутрішніх цін на початку реформ на тлі форсованого скасування адміністративних бар'єрів і низьких мит створили сприятливі умови для активізації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу. У наступні роки нестійкий стан вітчизняної економіки, невирішеність проблем оподаткування та правової неврегульованості багатьох сторін діяльності малого бізнесу, посилені недоліками чинної моделі міжнародних економічних зв'язків, сприяли істотному уповільненню процесу залучення малих підприємств до сфери міжнародної економічної взаємодії.

На сучасному етапі прискорення темпів економічного розвитку (починаючи з 2000 р.), створення правової бази регулювання та підтримки суб'єктів малого бізнесу, знову створили сприятливі передумови для підвищення міжнародної економічної активності підприємств малого бізнесу. Виходячи із загальних даних, на частку малого бізнесу може припадати, за оцінками експертів, до 50 тис. учасників міжнародної економічної діяльності, в тому числі 10 тис. експортерів і 40 тис. імпортерів. При цьому торговельна діяльність підприємств малого бізнесу України пов'язана з імпортом та орієнтована, переважно, на країни ближнього зарубіжжя (СНД).

Переважна орієнтація підприємств малого бізнесу в міжнародній торгівлі України на імпортні операції пояснюється низкою факторів, серед яких:

- труднощі виробництва конкурентоспроможної продукції, реалізація якої на світовому ринку (особливо машино-технічної) пов'язана з проблемами сертифікації та дотримання значної кількості параметрів якості, безпеки, екологічності та ін.;
- необхідність організації спеціальних підрозділів, здатних здійснювати експортні операції у повному обсязі, включаючи й післяпродажне обслуговування;

- відсутність достатньої кількості необхідних фахівців у сфері продажів та у сфері технічного обслуговування;
- жорсткі вимоги щодо термінів поставок, наявна комерційна практика;
- сильний вплив кон'юнктурних факторів;
- сформована структура вітчизняного експорту, орієнтована на виробництво та експорт продукції великими підприємствами ПЕК, чорної металургії, деревообробної та целюлозо-паперової промисловості.

Таким чином, вітчизняні малі підприємства при виході на зовнішній ринок за допомогою такої форми міжнародної економічної діяльності, як експорт товарів, стикаються з такими ж проблемами, що й малі підприємства зарубіжних країн (здебільшого, країн, що розвиваються):

- невідповідна продукція, відсутність структури виробництва, управління виробництвом, фінансової звітності, які б відповідали міжнародним стандартам;
- брак фінансів та інших ресурсів, необхідних для закордонного підприємництва;
- низька ділова культура;
- брак кадрів для відправки за кордон;
- брак інформації щодо міжнародної економічної діяльності;
- транспортні витрати;
- обмінний курс;
- бюрократія.

Участь в імпортних операціях значно ширша, оскільки:

а) за рахунок імпорту забезпечується значна частина роздрібного товарообігу, задовольняється потреба в широкому асортименті споживчих товарів (60 % вітчизняного імпорту). Відповідно, потрібні менші фінансові ресурси для отримання прибутку на перепродажі;

б) «дірки» в законодавстві та ліберальні правила ввезення імпортової продукції підприємцями без утворення юридичної особи («човниками») посилюють нарощування імпортних поставок, в тому числі за схемами «сірого

імпорту» (20-25 % імпортних поставок), що скорочує витрати малих підприємств;

в) підприємства малого бізнесу, що займаються виробництвом, за рахунок імпорту отримують необхідну сировину та комплектуючі, а також більш конкурентоспроможне обладнання, виробництво продукції на якому буде відповідати міжнародним стандартам якості.

У якості експортерів/імпортерів продукції серед малих підприємств часто виступають фірми-посередники, номенклатура продукції яких (що надходить до каналів міжнародної економічної діяльності) обмежена існуючими зв'язками з великим замовником/виробником. Таким чином, формується і посередницька форма оперування підприємствами малого бізнесу на зовнішніх ринках.

В цілому, вивчення питань міжнародної торговельної активності малих підприємств України дозволяє оцінити їх участь у зовнішній торгівлі країни показником приблизно в 15 % (це трохи вище, ніж їх частка у створенні ВВП). Даний показник істотно поступається зарубіжним країнам – як розвиненим, так і країнам, що розвиваються.

Підвищення міжнародної торговельної активності підприємств малого бізнесу може бути реалізовано за рахунок використання електронної комерції. Так, при цьому витрати скорочуються на 25 %, в тому числі на передачу інформації, оплату послуг посередників, і підвищується оперативність роботи самого малого підприємства, що робить його привабливим як субконтрактора для великих фірм.

У міжнародній економічній діяльності беруть участь і малі підприємства інноваційної сфери України, переважно за наступними напрямками:

- наукові розробки на замовлення з-за кордону;
- самостійне проведення НДДКР та реалізація науково-технічних досягнень на світовому ринку (продаж патентів і ліцензій);
- виробництво і експорт високотехнологічної продукції;
- технологічне посередництво (торгівля готовими технологіями);



- інноваційний менеджмент (управління розробками, що фінансуються замовником);
- кооперація з більш великими виробниками та експортерами.

Пройти увесь ланцюжок для налагодження вивезення – «ідея – технологія – серійний продукт – експорт» малі підприємства самостійно не можуть. Співвідношення витрат на розробку дослідного зразка та витрат на поставку в серійне виробництво і просування на зовнішній ринок високотехнологічної продукції фахівці оцінюють як 1: 4. В результаті інноваційно-активні малі підприємства можна розділити на дві групи, до однієї з яких входять підприємства, повністю залежні від великих фірм, оскільки є створеними на їх базі та призначені для скорочення термінів і спрощення процедури передачі потенційним споживачам нових технологій, зразків або дрібносерійної продукції. До другої групи входять підприємства з певною незалежністю, самостійною науковою тематикою. Значна кількість таких підприємств успішно працюють із зарубіжними фірмами, виконуючи їхні замовлення на найрізноманітніші розробки. З одного боку, така автономність збільшує ризики в їх роботі, а з іншого – виникає залежність від іноземних партнерів.

В цілому малі підприємства в інноваційному секторі на сьогоднішній день все ще дозволяють Україні зберегти значну частину висококваліфікованих кадрів. Цьому сприяли якісні зміни у практиці взаємовідносин малих підприємств та великих компаній. По-перше, малі підприємства вже не обмежуються роботою на базі наявних наукових розробок. Про це свідчать, наприклад, повідомлення про виконання для них замовлень академічними інститутами на проведення цільових фундаментальних досліджень, необхідних для розробки нових технологій, у найбільш перспективних напрямках.

По-друге, малі підприємства, умовно включені нами до другої групи, все частіше змінюють свій статус у результаті екстенсивного розвитку та збільшення кількості зайнятих і вже самі організовують дочірні підприємства. В цілому це сприяє відновленню на нових умовах великих науково-дослідних фірм та позитивним змінам у їх роботі.

В результаті створюються передумови для формування гармонійної структури інноваційного потенціалу за рахунок прагнення до взаємовідповідності малого, середнього та великого бізнесу в науковій сфері.

В рамках реалізації інноваційного шляху розвитку підприємств малого бізнесу, особливої актуальності набуває венчурне фінансування. В цілому, на території України за станом на 2017 р. діє 30 венчурних фондів за участю іноземного капіталу, які інвестували в Україну за весь час свого існування близько 1,5 млрд. євро у 250 малих та середніх підприємств. Однак обсяг венчурних інвестицій у високотехнологічний сектор зберігається на мінімальному рівні – менше 5 % від загального обсягу інвестування.

В Україні поступово отримує поширення франчайзинг. На сьогоднішній день більшість іноземних франчайзерів в нашій країні працюють у системі швидкого обслуговування, яка не вимагає значних капіталовкладень і сприяє залученню до даної системи малих фірм. За неофіційними даними американських експертів, навіть сучасна початкова стадія розвитку вітчизняного міжнародного франчайзингу характеризується іноземними інвестиціями в обсязі понад 600 млн. дол. США.

В Україні поширюється і практика створення малих дочірніх фірм великими підприємствами для міжнародних зв'язків, оскільки в цьому випадку можна сконцентрувати кооперацію, ізолювати фінансові та інформаційні зв'язки від основного виробництва. Успішність такої роботи підтверджує і вітчизняна практика. Наприклад, декілька років тому мале підприємство «Ельграф» організувало спільно з великою голландською компанією виробництво пакувальних машин. Голландська компанія передала підприємству «Ельграф» технологію, підготувала його персонал і забезпечила комплектуючими виробами. В результаті «Ельграф» має зв'язки з великими компаніями двох країн, що дозволяє поставляти на ринок прогресивне обладнання, на 80 % виготовлене на малому і головному підприємстві в Україні. Голландська компанія з невеликими витратами отримала доступ на

вітчизняний внутрішній ринок та можливість купувати комплектуючі вироби для свого виробництва в Європі.

В цілому, проведений аналіз свідчить, що в сфері міжнародної економічної активності малого бізнесу в Україні розвиваються практично всі форми міжнародної економічної діяльності, характерні для малого бізнесу країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою. Проте, характерними і найбільш розвиненими формами залишаються: імпорт товарів, збут/закупівлі для великих фірм, експорт товарів. Більш прогресивні форми міжнародної економічної діяльності знаходяться в зародковому стані і для свого розвитку потребують уваги з боку держави. Причому державна підтримка повинна охоплювати найрізноманітніші напрями формування і розвитку міжнародної економічної активності вітчизняного малого бізнесу – від елементарних умов при здійсненні реєстрації підприємств, їх оподаткування – і до організації надійної системи державних гарантій та системи співфінансування малого бізнесу за участю держави і великого бізнесу.

## **2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Енерпроф Груп»**

Товариство з обмеженою відповідальністю «Енерпроф Груп» створене у відповідності до Конституції України, Господарського кодексу України, Цивільного кодексу України, Закону України «Про господарські товариства», Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» гр. Баликінім Богданом Альбертовичем (статутний внесок – 57 000.00 грн., 95.000 %) та гр. Новак Андрієм Андрійовичем (статутний внесок: 3 000.00 грн., 5.000 %).

Товариство з обмеженою відповідальністю «Енерпроф Груп» (скорочена назва – ТОВ «Енерпроф Груп») зареєстровано за юридичною адресою: Україна, 04080, м. Київ, Оболонський район, вулиця Чорноморська, будинок 1, Офіс 3.

Предметом діяльності Товариства, згідно статистичних даних є (КВЕД):

- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля;
- 33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення;
- 33.20 Установлення та монтаж машин і устаткування;
- 43.29 Інші будівельно-монтажні роботи;
- 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту;
- 46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення;
- 46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням;
- 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність;
- 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н. в. і. у.;
- 68.10 Купівля та продаж власного нерухомого майна;
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- 74.90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н. в. і. у.;
- 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н. в. і. у.

Основними напрямками діяльності Товариство з обмеженою відповідальністю «Енерпроф Груп» є постачання, монтаж і сервісне обслуговування вантажопідіймального обладнання у всіх галузях промисловості:

- крани мостові, портативні, консольні в/п до 1400 тонн – стандартного та індивідуального виконання, а також комплектуючі до них;
- універсальні модульні кран-балочні та монорельсові системи;
- троси сталеві для різних типів кранів і ліфтів;
- стропи синтетичні в/п до 100 тон;
- механічні і пневматичні вантажозахватні пристрої і механізми для підймання вантажів в машинобудівництві, суднобудівництві, авіабудівництві;
- промислова гідравліка ENERPAC;

- інше вантажопідіймальне обладнання для підймання і переміщення вантажів;
- аксесуари для підймання та кріплення вантажів (крюки, скоби, ланцюги).

ТОВ «Енерпроф Груп» є юридичною особою і діє на підставі статуту, відповідно до чинного законодавства.

Управління виробничими підрозділами Товариства здійснюється на двоступінчатій основі, коли керівники низової ланки підпорядковані директору господарства.

ТОВ «Енерпроф Груп» є самостійним учасником зовнішньоекономічної діяльності, в процесі здійснення якої, відповідно до чинного законодавства, вчиняє правочини та укладає договори, контракти та інші угоди з іноземними юридичними та фізичними особами, громадянами, фірмами, організаціями, установами.

Фінансова стратегія підприємства спрямована на забезпечення стійкого розвитку підприємства на довгострокову перспективу в цілому та всіх основних напрямків його діяльності.

Що стосується майна ТОВ «Енерпроф Груп», то ним прийнято вважати його активи, які призначені для забезпечення господарської діяльності та ведення бізнесу, вони виражають вартість усіх благ Товариства.

Від наявності активів залежить чи зможе підприємство отримувати прибуток та існувати взагалі.

На ефективність формування та використання активів Товариства впливають такі фактори як: структура активів, їх джерела формування, напрями використання, зовнішні та внутрішні умови діяльності підприємства.

Від того, на скільки ефективно ТОВ «Енерпроф Груп» сформувало та використовує активи, залежить його прибутковість та фінансовий стан, тому актуальним є дослідження фінансових аспектів процесу формування та використання майна підприємства задля знайдення резервів покращення показників його діяльності табл. 2.6.

З даних таблиці 2.1 видно, що ТОВ «Енерпроф Груп» протягом аналізованого періоду з 2013 по 2017 рр. отримувало приріст кількості активів, що відображає позитивну зміну економічного потенціалу підприємства.

Так в 2017 р. вартість активів Товариства досягла 24156,3 тис. грн., що на 14079 тис. грн. або на 239,7 % більше аніж в 2013 р. Необоротні активи підприємства протягом останніх чотирьох років мали тенденцію до зменшення, так максимального значення показник досяг в 2013 р. і склав 1406,1 тис. грн., найменше значення показника було зафіксовано в 2016 р. і склало – 780,9 тис. грн.

В 2017 р. ситуація змінилась на краще, оскільки рівень необоротних активів, особливо основних засобів, почав зростати з 779,4 тис. грн. в 2016 р. до 1001,7 тис. грн. в 2017 р., а це означає, що в Товаристві відбулось економічне зростання діяльності підприємства.

Що стосується оборотних активів то тут теж прослідковується збільшення показника на протязі всього аналізованого періоду, так вартість оборотних активів в 2013 р. зросла з 8670,9 тис. грн. до 23153,1 тис. грн. в 2017 р. (+14482 тис. грн., або 267 %).

Таблиця 2.6.

**Динаміка активів ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення 2017/2013	Темпи зростання % (зменшення), 2017/2013,
	на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015	на 31.12.2016	на 31.12.2017		
<b>I. Необоротні активи</b>							
Незавершені капітальні	–	–	–	1,5	1,5	1,5	–

інвестиції							
Основні засоби	1406,1	1173,3	963,6	779,4	1001,7	-404,4	71,2
первісна вартість	1876,5	1555,2	1586,1	1637,1	1537,8	-338,7	82
знос	470,4	381,9	622,5	857,7	536,1	65,7	114
Усього за розділом I	1406,1	1173,3	963,6	780,9	1003,2	-402,9	71,3
II. Оборотні активи							
Запаси	1312,5	3913,5	1844,1	3923,1	4502,1	3189,6	343
у тому числі готова продукція	7,5	3869,7	1809,3	3948,9	4434	4426,5	59120
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи	-	-	6173,7	4197,6	3385,8	3385,8	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	51	660,9	149,1	162,6	176,4	125,4	345,9
у тому числі з податку на прибуток	-	-	139,8	-	-	0	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	4670,1	9450	5983,5	8289,9	8525,7	3855,6	182,6
Гроші та їх еквіваленти	1789,2	3971,4	2153,4	4405,8	4491,3	2702,1	251
Витрати майбутніх періодів	48	163,5	76,5	108,3	87,6	39,6	182,5
Інші оборотні активи	800,1	2314,5	1487,4	1923	1984,2	1184,1	248
Усього за розділом II	8670,9	20473,8	17867,7	23010,3	23153,1	14482	267
Баланс	10077	21647,1	18831,3	23791,2	24156,3	14079	239,7

Зазначена динаміка є позитивною для ТОВ «Енерпроф Груп», оскільки зменшує ризик компенсації авансованого капіталу та підвищує його віддачу внаслідок прискорення оборотності оборотних коштів підприємства.

Дані, що приводяться в пасиві балансу, дозволяють визначити, які зміни відбулися в структурі власного і позикового капіталу, скільки притягнуто в

оборот підприємства довгострокових і короткострокових засобів, тобто пасив показує, відкіля взяли засоби, спрямовані на формування майна підприємства.

Фінансовий стан підприємства багато в чому залежить від того, які засоби воно має у своєму розпорядженні і куди вони вкладені. Тож вважаємо за необхідне проаналізувати джерела формування майна ТОВ «Енерпроф Груп» за останні 5 років.

З даних табл. 2.7. видно, що вартість пасивів Товариства протягом 2013 – 2017 рр. має тенденцію до збільшення, так в 2013 р. зазначений показник складав 10777 тис. грн., що на 14079,3 тис. грн., або на 239 % більше в порівнянні з аналогічними даними 2017 року.

Основним джерелом формування майна ТОВ «Енерпроф Груп» є його поточні зобов'язання, які на кінець 2017 р. замають в структурі пасивів 88,6 %, проти 11,4 % власного капіталу, що є негативним фактором, тому що це говорить про нерациональність структури балансу Товариства та про ризик втрати фінансової стійкості.

Аналіз показників результативності діяльності підприємства допомагає найбільш точно оцінити її фінансово-господарську діяльність щодо майбутніх умов існування. Керуючись такою оцінкою, можна планувати подальшу діяльність організації, в тому числі і її взаємодію з контрагентами, а тому вважаємо за доцільне розглянути динаміку фінансових результатів діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» в таблиці 2.7. та рисунку 2.3.

З даних табл. 2.7. та рис. 2.3. видно, що динамка зміни чистого прибутку ТОВ «Енерпроф Груп» має тенденцію до зниження.

*Таблиця 2.7.*

**Динаміка пасивів ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки		
-----------	------	--	--



	на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015	на 31.12.2016	на 31.12.2017	Абсолютне відхилення 2017/2013	Темпи зростання (зменшення), 2017/2013, %
<b>I. Власний капітал</b>							
Зареєстрований (пайовий) капітал	180	180	180	180	206,1	26,1	114,5
Додатковий капітал	102,9	86,4	86,4	86,4	64,5	-38,4	62,7
Нерозподілений прибуток	1609,8	2583,9	3033,9	2512,8	2472,9	863,1	153,6
Усього за розділом I	1892,7	2850,3	3300,3	2779,2	2743,5	850,8	145
<b>III. Поточні зобов'язання</b>							
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	–	–	–	11323,8	11583,3	11583,3	–
товари, роботи, послуги	3369,6	11459,1	8713,2	–	–	-3369,6	–
розрахунками з бюджетом	122,1	–	15,3	140,1	156,6	34,5	128,3
розрахунками зі страхування	8,7	26,1	40,2	–	–	-8,7	–
розрахунками з оплати праці	–	0,3	0,3	–	–	0	–
Інші поточні зобов'язання	4683,9	7311,3	6762	9548,1	9672,9	4989	206,5
Усього за розділом III	8184,3	18796,8	15531	21012	21412,8	13228,5	261,6
Баланс	10077	21647,1	18831,3	23791,2	24156,3	14079,3	239,7

Так максимального значення зазначений показник набув в 2013 р. та склав 1214,4 тис. грн., що на 171 % більше в порівнянні з даними отриманими підприємством в 2017 р. які склали 708,3 тис. грн.

Мінімального значення чистого прибутку ТОВ «Енерпроф Груп» отримало в 2016 р. і склало 29,7 тис. грн., саме в цей час підприємство було на межі збитковості.

Таблиця 2.8.

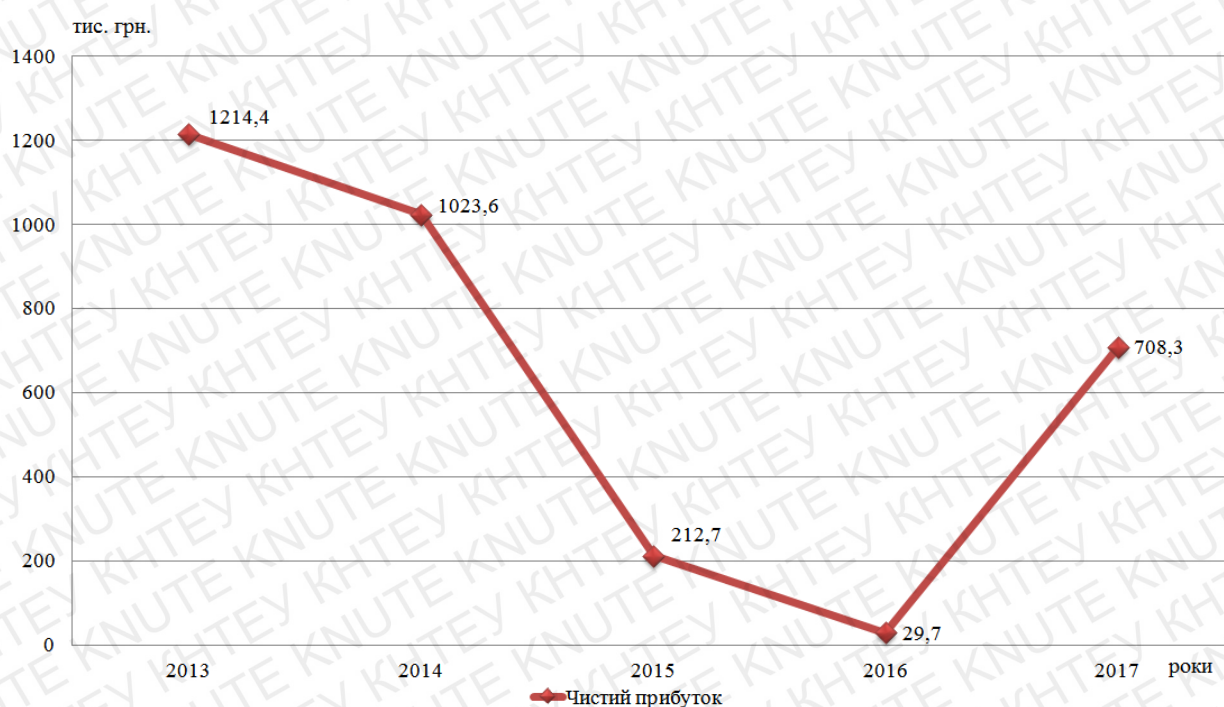
**Динаміка фінансових результатів діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення 2017/2013	Темпи зростання (зменшення), 2017/2013, %
	на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015	на 31.12.2016	на 31.12.2017		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	10995	18778,5	14649,6	15355,8	16134,6	5139,6	146,7
Інші операційні доходи	123,6	1047,9	629,7	3120,9	3435,9	3312,3	2779,9
Інші доходи	55,5	159	75,3	165	179,1	123,6	322,7
Разом доходи	11174,1	19985,4	15354,6	18641,7	19749,6	8575,5	176,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6129,3	12871,5	9405,6	9158,7	9438,3	3309	154
Інші операційні витрати	3540,9	6090,3	5736,3	9446,7	9603	6062,1	271,2
Інші витрати	0,3	–	–	–	–	-0,3	–
Разом витрати	9670,5	18961,8	15141,9	18605,4	19041,3	9370,8	196,9
Фінансовий результат до оподаткування	1503,6	1023,6	212,7	36,3	708,3	-795,3	47,1
Податок на прибуток	289,2	–	–	6,6	–	-289,2	–
Чистий прибуток	1214,4	1023,6	212,7	29,7	708,3	-506,1	58,3

Що стосується аналізу динаміки чистого доходу ТОВ «Енерпроф Груп» від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) то він показав, що реалізація

продукції у 2017 р. знизилась на 2643,9 тис. грн., в порівнянні з 2014 роком та зростає на 1485 тис. грн. В цілому протягом всього аналізованого періоду відмічалась скакова динаміка зміни чистого доходу Товариства в порівнянні з даними 2015 р.

Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Енерпроф Груп» протягом аналізованого періоду має тенденцію до зростання, так в порівнянні 2017 р. з 2013 р. темп росту склав 154 %, або +3309 тис. грн., а тому збільшення собівартості готової продукції є негативним моментом в діяльності підприємства.



**Рис. 2.3. Динаміка чистого прибутку ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Отже, ТОВ «Енерпроф Груп» протягом 2013 – 2017 рр. було прибутковим Товариством, яке має досить негативну динаміку зміни прибутку, що може в подальшому призвести до збитку підприємства.

З позиції фінансової діяльності будь-якому підприємству доводиться вирішувати такі завдання:

– підтримання спроможності своєчасно відповідати за своїми поточними фінансовими зобов'язаннями;

– забезпечення фінансування в необхідних обсягах.

Ці завдання формуються з позиції коротко- та довгострокової перспектив.

Фінансовий стан підприємства з позиції короткострокової перспективи оцінюється показниками ліквідності та платоспроможності, які в загальному вигляді характеризують його спроможність своєчасно і в повному обсязі здійснювати розрахунки за короткостроковими зобов'язаннями перед контрагентами

Вважаємо за необхідне провести аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр. (табл. 2.9.).

Таблиця 2.9.

**Аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення 2017/2013
	на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015	на 31.12.2016	на 31.12.2017	
Показники ліквідності						
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,059	1,089	1,150	1,095	1,081	0,022
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,899	0,881	1,032	0,908	0,871	-0,028
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,219	0,211	0,139	0,210	0,210	-0,009
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	486,6	1677,0	2336,7	1998,3	1740,3	1253,4
Показники платоспроможності						
Коефіцієнт платоспроможності	0,188	0,132	0,175	0,117	0,114	-0,074
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,056	0,082	0,131	0,087	0,075	0,019
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,257	0,588	0,708	0,719	0,634	0,377

Аналізуючи групу показників ліквідності та платоспроможності, які наведені в табл. 2.9. можна зробити наступні висновки.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності коливається в межах від 1,059 до 1,150 відповідно за проаналізований період 2013 – 2017 рр. Його значення відповідає встановленому нормативу, перевищує одиницю, що є позитивною тенденцією, оскільки свідчить про те, що поточні кредиторські зобов'язання повною мірою забезпечуються поточними активами.

Значення коефіцієнта швидкої ліквідності протягом аналізованого періоду знаходиться в нормі, та перевищує позначку 0,5.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності є найбільш жорстким критерієм платоспроможності і ліквідності підприємства і показує, яку частину короткострокової заборгованості підприємство може погасити в поточний момент або найближчим часом.

Для аналізованого нами підприємства значення цього показника майже на протязі всього аналізованого періоду знаходиться в нормі, але спостерігалась тенденція до зменшення в 2015 р. де показник склав 0,139, що є нижчим за нормативне.

Значення показника чистого оборотного капіталу є позитивним за весь проаналізований період, що свідчить про здатність сплатити власні поточні борги і наявність можливості до розширення діяльності та інвестування тимчасово вільних коштів в дохідні фінансові інструменти.

Коефіцієнт платоспроможності або фінансової автономії є найбільш важливим коефіцієнтом що визначає фінансову стійкість підприємства. Його значення на протязі всього аналізованого періоду не відповідає встановленому нормативу (0,4-0,6), а тому говорить про високий рівень фінансових ризиків, ТОВ «Енерпроф Груп» необхідно негайно застосувати ряд заходів по відновленню фінансової стійкості підприємства в іншому разі підприємство стане банкрутом.

Значення коефіцієнту забезпеченості власними оборотними засобами демонструє частку власних оборотних коштів у сумі оборотних активів Товариства. Для аналізованого підприємства значення цього показника майже на протязі всього аналізованого періоду знаходиться по за нормою, лише в 2015 р. значення сягає більше 0,1, а це свідчить про значну фінансову залежність підприємства від зовнішніх кредиторів. В умовах погіршення ринкової ситуації ТОВ «Енерпроф Груп» в такому випадку не зможе продовжити свою діяльність. Для підвищення показника можна оптимізувати структуру оборотних і необоротних активів, залучити додаткові кошти власників, змінити потону дивідендну політику і реінвестувати чистий прибуток в Товариство.

Що стосується коефіцієнту маневреності власного капіталу, то на протязі всього аналізованого періоду показники знаходились в межах норми (більше 0,1).

Аналізуючи показники ділової активності, що характеризують результати та ефективність основної виробничої діяльності на підприємстві ми бачимо, що коефіцієнти оборотності активів за період з 2013 – 2017 рр. мають тенденцію до зменшення, що свідчить про пониження ефективності використання фінансових ресурсів на підприємстві, так у 2017 р. він зменшився на 0,735 в порівнянні з 2013 р. (табл. 2.10.).

Коефіцієнти оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості також мають тенденцію до зменшення, що свідчить про скорочення швидкості обертання заборгованості на підприємстві, що не можна визначити як позитивний факт.

До найважливіших економічних категорій, які характеризують ефективність діяльності підприємств на засадах господарського розрахунку, також відносять рентабельність. Вона означає дохідність, прибутковість підприємства.

Рентабельно працює підприємство тоді, коли воно отримало надлишок над витратами на виробництво продукції у вигляді доходу. Доходом підприємства є частина вартості валової продукції, що залишилася після

відшкодування затрат на її виробництво.

Рентабельність належить до показників, що певною мірою узагальнено характеризують економічну ефективність діяльності підприємства. В ньому відображаються результати затрат не лише живої, а й уречевленої праці, ступінь використання засобів виробництва, якість реалізованої продукції, рівень організації виробництва та його управління.

Тож розглянемо більш детально показники рентабельності ТОВ «Енерпроф Груп» які наведені в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10.

**Аналіз показників ділової активності та рентабельності ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення 2017/ 2013
	на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015	на 31.12.2016	на 31.12.2017	
<b>Показники ділової активності</b>						
Коефіцієнт оборотності активів	1,408	1,184	0,724	0,721	0,673	-0,735
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,948	2,532	1,307	1,231	1,304	-2,644
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,728	1,392	0,854	1,218	1,653	-0,075
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	91,18	142,17	275,4	292,5	275,9	184,792
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	208,3	258,6	421,7	295,6	217,7	9,379
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	5,763	4,926	3,267	3,176	2,240	-3,523
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	4,815	10,944	9,327	9,528	10,164	5,349
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	8,551	7,918	4,764	5,052	5,843	-2,708
<b>Показники рентабельності</b>						
Коефіцієнт рентабельності активів	0,156	0,065	0,011	0,001	0,030	-0,126
Коефіцієнт рентабельності власного	0,944	0,432	0,069	0,010	0,257	-0,687

капіталу						
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,110	0,055	0,015	0,002	0,044	-0,066
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,558	0,392	0,543	0,691	0,653	0,095

Коефіцієнт рентабельності всіх активів підприємства (рентабельність активів) розраховується діленням чистого прибутку на середньорічну вартість активів підприємства.

Цей коефіцієнт показує, скільки прибутку одержує підприємство з кожної гривні, вкладеної в активи відповідно в 2013 р. – 0,156, в 2014 р. – 0,065, в 2015 р. – 0,011, в 2016 р. – 0,001 та в 2017 р. – 0,030.

Цей показник є одним з найбільш важливих індикаторів конкурентоспроможності підприємства і відображає щорічне зниження зазначеного коефіцієнту, що є негативним актором діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу визначає прибуток, отриманий на одиницю капіталу власників підприємства. Він відображає прибутковість всього капіталу, що належить акціонерам, а не лише інвестованого в акції.

Значення коефіцієнта рентабельності власного капіталу суттєво залежить від структури капіталу: чим меншою є частка власних коштів у загальному обсязі фінансових ресурсів підприємства, тим вищим буде значення коефіцієнта за інших рівних умов.

Зростання рентабельності власного капіталу може бути викликане як зростанням розміру прибутку, так і зменшенням частки власного капіталу в ресурсах підприємства, а отже, зростанням ризику структури капіталу.

Це означає, що коефіцієнт не є абсолютно інформативним з погляду визначення рентабельності капіталу і його значення необхідно порівнювати зі значеннями аналогічних коефіцієнтів для інших підприємств галузі та аналізувати в комплексі з іншими показниками прибутковості, його значення



коливаються з року в рік та певна тенденція по аналізованому підприємству відсутня.

Один з ключових бізнес-індикаторів, який показує успішність і ефективність роботи будь-якої компанії - це показник рентабельності її основної діяльності. Коефіцієнти рентабельності основної діяльності характеризують прибутковість роботи Товариства.

Коефіцієнт рентабельності основної діяльності показує кількість чистого прибутку, отриманого підприємством з 1 гривні, витраченої на виробництво продукції. При ефективно організованому бізнес-процесі даний показник повинен з протягом часу рости.

Протягом аналізованого періоду значення цього показника по ТОВ «Енерпроф Груп» має мінливий характер, а саме з 2013 р. по 2016 р. відмічена тенденція до зниження, в 2017 р.- спостерігається ріст по відношенню до попереднього року.

Коефіцієнт рентабельності продукції показує кількість чистого прибутку, отриманого компанією з 1 гривні, витраченої на виробництво продукції. При ефективно організованому бізнес-процесі даний показник повинен протягом певного часу рости, на аналізованому підприємстві максимальний ріст зазначеного показника відбувся в 2016 р. і склав - 0,691.

Отже, провівши аналіз господарської діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» з впевненістю можемо говорити що підприємство протягом 2013 – 2017 рр. знаходиться в досить скрутному становищі. Підприємство є неплатоспроможним, але досі ліквідним, рентабельність діяльності підприємства з кожним роком є все меншою, що з кожним роком приносить все менше прибутку Товариству, а отже ТОВ «Енерпроф Груп» з кожним роком наближається до банкрутства.

### **2.3. Оцінка ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп»**

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства являє собою комплексне системне вивчення проведення міжнародних комерційних операцій, функціонування відповідних структурних підрозділів підприємства з метою об'єктивної оцінки досягнутих результатів, виявлення причин відхилення та шляхів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності. Аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» доцільно розпочати з розгляду організаційної структури управління зовнішньоекономічною діяльністю в Товаристві.

На ТОВ «Енерпроф Груп» відділ зовнішньоекономічних зв'язків є самостійним структурним підрозділом. Він очолюється начальником відділу, який підпорядковується заступнику директору з економічних питань, призначається і звільняється від займаної посади директором за поданням заступника директора з економічних питань.

На посаду начальника відділу зовнішньоекономічних зв'язків призначаються особи, які мають вищу технічну або інженерно-економічну освіту та стаж роботи на керівній посаді не менше п'яти років.

Основними завданнями відділу є розробка і укладення контрактів з іноземними фірмами, митне оформлення та здійснення інших митних процедур з одержання та відправлення вантажів.

Структура і штати відділу зовнішньоекономічних зв'язків ТОВ «Енерпроф Груп» затверджуються директором підприємства залежно від обсягу виконуваних робіт.

Розподіл обов'язків між працівниками відділу виробляє начальник відділу.

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків ТОВ «Енерпроф Груп» виконує наступні функції:

- розробка і укладення контрактів з іноземними фірмами, контроль над виконанням контрактів і станом розрахунків за ними;
- огляд і аналіз інформації про зовнішній ринок, вивчення цін;

- забезпечення переговорів з іноземними фірмами, пов'язаних з укладенням контрактів, вирішенням виробничих питань, термінами поставки і відвантаження експортної продукції і т.д.;
- забезпечення оформлення митної документації;
- забезпечення необхідними документами підрозділів підприємства;
- вжиття заходів щодо своєчасної оплати за відвантажену продукцію;
- переказ іноземної технічної і комерційної літератури, переговорів з іноземними представниками;
- своєчасне складання статистичної звітності, передбаченої статистичним управлінням і вищестоящими організаціями.

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків ТОВ «Енерпроф Груп» має право:

- інформувати керівництво про перспективи розвитку експортної діяльності на зовнішніх ринках;
- вимагати від підрозділів підприємства підготовки необхідних даних для оформлення митних документів;
- вносити пропозиції щодо проведення заходів, необхідних для створення ефективної системи взаємодії підрозділів підприємства для співпраці з інофірмами.

Всю повноту відповідальності за якість і своєчасність виконання задач і функцій відповідно до Положення про відділ несе начальник відділу.

Ступінь відповідальності інших працівників відділу встановлюється посадовими інструкціями.

Маркетингова стратегія ТОВ «Енерпроф Груп» спрямована на розвиток діяльності з нарощування обсягів продажів продукції, підвищення її якості та оперативності поставок за допомогою впровадження передових і перспективних технологій.

Планування міжнародної економічної діяльності в ТОВ «Енерпроф Груп» базується на оцінці зовнішнього середовища, визначенні майбутніх можливостей і загроз, формулюванні глобальних цілей і стратегії підприємства,

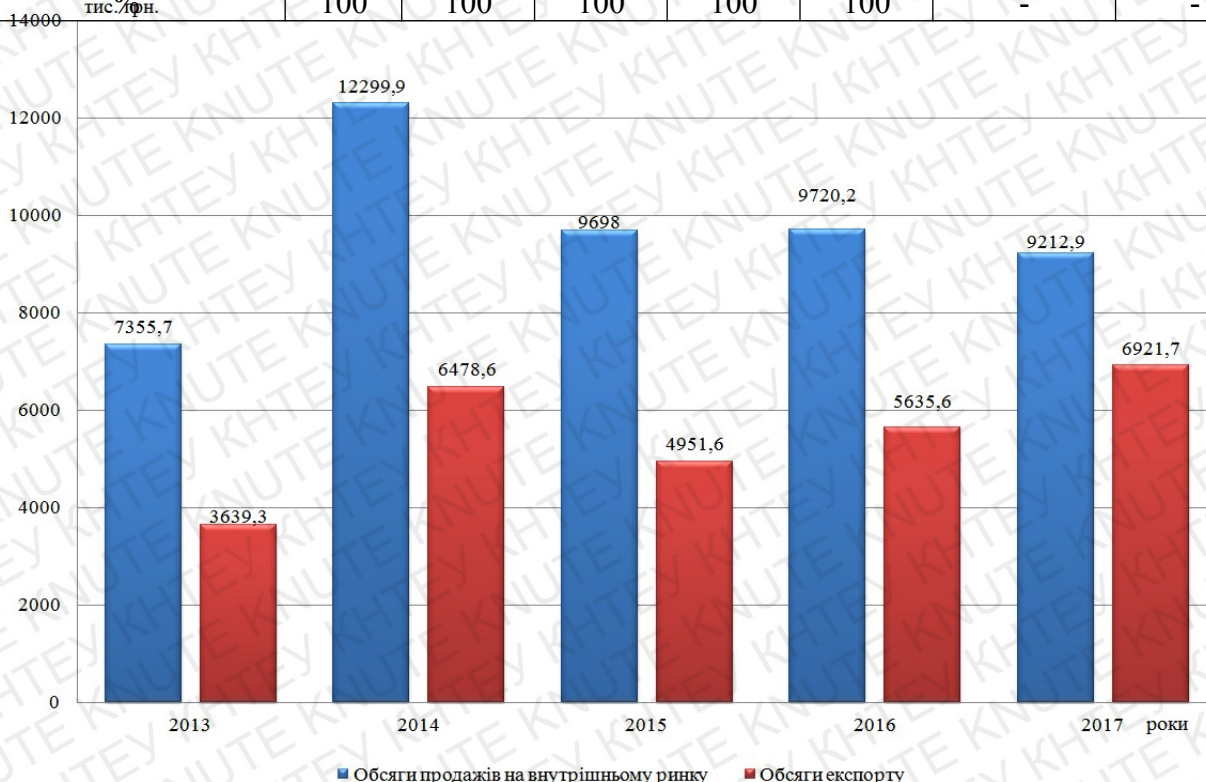
в контексті оцінки зовнішніх умов і внутрішнього дослідження переваг і недоліків організації.

Що стосується збуту продукції ТОВ «Енерпроф Груп», то відділом зовнішньоекономічних зв'язків підприємства проводиться постійне дослідження цього напрямку. Так протягом останніх 5 років ТОВ «Енерпроф Груп» успішно освоювало міжнародні ринки збуту внаслідок чого обсяг експортованої продукції зріс майже вдвічі (табл. 2.11., рис. 2.4.).

Таблиця 2.11.

**Аналіз ринків збуту продукції ТОВ «Енерпроф Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Відхилення, 2017/2013	
	2013	2014	2015	2016	2017	абсолютне, тис. грн.	відносне, %
Обсяги продажів на внутрішньому ринку	7355,7	12299,9	9698	9720,2	9212,9	1857,2	125,2
%	66,9	65,5	66,2	63,3	57,1	-	-
Обсяги експорту	3639,3	6478,6	4951,6	5635,6	6921,7	3282,4	190,2
%	33,1	34,5	33,8	36,7	42,9	-	-
Всього	10995	18778,5	14649,6	15355,8	16134,6	5139,6	146,7
тис. грн.	100	100	100	100	100	-	-



**Рис. 2.4. Динаміка обсягів продажів продукції ТОВ «Енерпроф Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

З даних таблиці 2.11. та рис. 2.4. видно що основну частку в структурі обсягів реалізації продукції ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі 2013 – 2016 рр. займав продаж на внутрішньому ринку, так максимального значення показник досяг в 2014 р. та склав 12299,9 тис. грн., мінімальне значення було отримане в 2013 р. та склало 7355,7 тис. грн.

В 2017 р. картина збуту продукції змінилася і підприємство розширило обсяги збуту на зовнішніх ринках. Так частка збуту на внутрішньому ринку зменшилась з 63,3 % в 2016 р. до 57,1 % в 2017 р., а рівень експорту в загальній структурі зріс до 42,9 % в порівнянні з минулим роком на 6,2 %. Максимальне значення експортних операцій було одержане в 2017 р. і склало 6921,7 тис. грн., що на 3282,4 тис. грн. більше аніж в 2013 р. Мінімальне значення показника було одержане в 2013 р. і склало 3639,3 тис. грн.

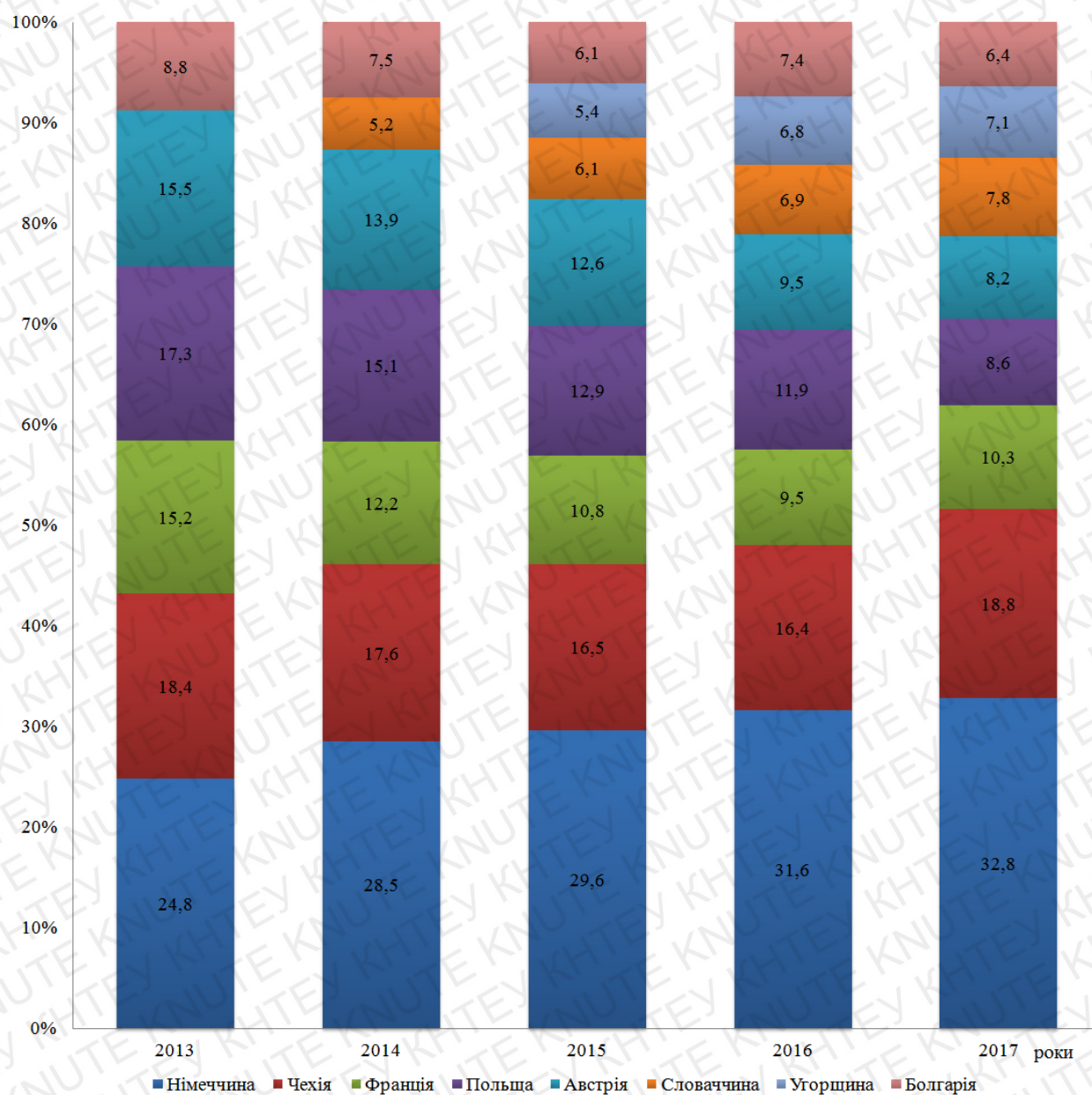
Протягом всього аналізованого періоду прослідковується динаміка зростання обсягів експорту продукції Товариства, що є позитивним явищем для підприємства. Що стосується більш детального аналізу обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп» то основна частка його припадає на країни Європи (табл. 2.12. рис. 2.5.).

*Таблиця 2.12.*

**Аналіз обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за географічною структурою у 2013 – 2017 рр.**

Період	Німеччи на	Чехія	Франція	Польща	Австрія	Словач чина	Угорщи на	Болгарія	Всього
Обсяги (абсолютне значення), тис. грн.									
2013	902,5	669,6	553,2	629,6	564,1	–	–	320,3	3639,3
2014	1846,4	1140,2	790,4	978,3	900,5	336,9	–	485,9	6478,6

2015	1465,7	817,0	534,8	638,8	623,9	302,0	267,4	302,0	4951,6
2016	1780,8	924,2	535,4	670,6	535,4	388,9	383,2	417,1	5635,6
2017	2270,3	1301,3	712,9	595,3	567,6	539,9	491,4	443,0	6921,7
Обсяги (відносне значення), %									
2013	24,8	18,4	15,2	17,3	15,5			8,8	100,0
2014	28,5	17,6	12,2	15,1	13,9	5,2		7,5	100,0
2015	29,6	16,5	10,8	12,9	12,6	6,1	5,4	6,1	100,0
2016	31,6	16,4	9,5	11,9	9,5	6,9	6,8	7,4	100,0
2017	32,8	18,8	10,3	8,6	8,2	7,8	7,1	6,4	100,0
Абсолютне відхилення, тис. грн.									
2017/2013	1367,8	631,7	159,7	-34,3	3,5	539,9	491,4	122,7	3282,4
Темпи зростання (зменшення), %									
2017/2013	251,6	194,3	128,9	94,6	100,6	-	-	138,3	190,2



**Рис. 2.5. Динаміка зміни обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за географічною складовою у 2013 – 2017 рр., %**

З даних таблиці 2.12. та рисунку 2.5. видно, що протягом всього аналізованого періоду географія експортних поставок ТОВ «Енерпроф Груп» зростала.

Так в 2014 р. Товариство вийшло з експортною продукцією на ринок Словаччини обсяг реалізованої продукції в яку склав 336,9 тис. грн., або 5,2 %.

В 2015 р. ТОВ «Енерпроф Груп» вийшло на ринок Угорщини обсяг реалізованої експортної продукції в яку склав 267,4 тис. грн., або 5,4 %.

Найбільший обсяг продажу продукції Товариства на протязі 2013 – 2017 рр. займає Німеччина, Чехія, Франція, Польща, Австрія найменший обсяг товарів екпортується до Угорщини, Словаччини, Болгарії.

Найбільше зменшення експорту товарів Товариства протягом 2013 – 2017 рр. відбулось на ринку Польщі, так абсолютне відхилення 2017 р. по відношенню до 2013 р. склало – 34,3 тис. грн. Зазначені зміни є негативними для підприємства.

Постійне зростання експорту продукції ТОВ «Енерпроф Груп» спостерігається по ринку Німеччини. Проаналізуємо більш детально експорт ТОВ «Енерпроф Груп» у розрізі товарної структури (табл. 2.13. рис. 2.4.).

*Таблиця 2.13.*

**Аналіз обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за товарною структурою у 2013 – 2017 рр.**

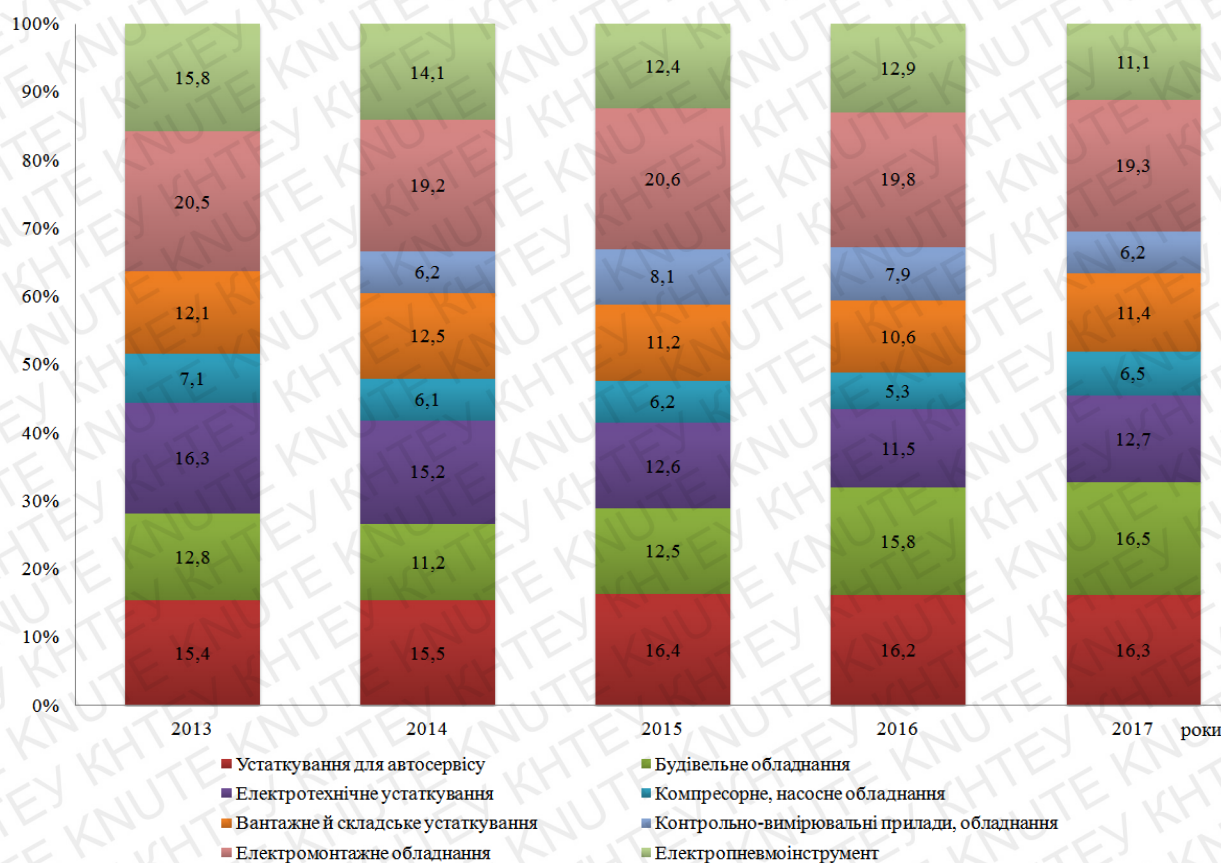
Період / Товари	Устаткування для автосервісу	Будівельне обладнання	Електротехнічне устаткування	Компресорне, насосне обладнання	Вантажне й складське устаткування	Контрольно-вимірвальні прилади, обладнання	Електромонтажне обладнання	Електропневмоінструмент	Всього
Обсяги (абсолютне значення), тис. грн.									
2013	560,5	465,8	593,2	258,3	440,4	–	746,1	575	3639,3

2014	1004,2	725,6	984,7	395,2	809,8	401,7	1244	913,5	6478,6
2015	812,1	619	623,9	307	554,5	401,1	1020	614	4951,6
2016	913	890,4	648,1	298,7	597,4	445,2	1116	727	5635,6
2017	1128,2	1142,1	879,1	449,9	789,1	429,1	1336	768,3	6921,7
Обсяги (відносне значення), %									
2013	15,4	12,8	16,3	7,1	12,1	–	20,5	15,8	100,0
2014	15,5	11,2	15,2	6,1	12,5	6,2	19,2	14,1	100,0
2015	16,4	12,5	12,6	6,2	11,2	8,1	20,6	12,4	100,0
2016	16,2	15,8	11,5	5,3	10,6	7,9	19,8	12,9	100,0
2017	16,3	16,5	12,7	6,5	11,4	6,2	19,3	11,1	100,0
Абсолютне відхилення, тис. грн.									
2017/ 2013	567,7	676,3	285,9	191,6	348,7	429,1	589,8	193,3	3282,4
Темпи зростання (зменшення), %									
2017/ 2013	201,3	245,2	148,2	174,2	179,2	–	179,1	133,6	190,2

Із даних табл. 2,13. та рис. 2.6. видно, що найбільшу частку у загальному обсязі експорту становить електромонтажне обладнання. Їх частка у товарній структурі експорту протягом 2013 – 2017 рр. становила 19,2-20,5 %. Мінімальне значення показника було одержане в 2013 р. і склало 746,1 тис. грн., максимальне значення отримане в 2017 р. і становить 1336 тис. грн.

Другу позицію за величиною питомої ваги у експорті становило устаткування для автосервісу частка яких протягом аналізованого періоду змінювалася у межах 15,4 – 16,4 %. Мінімальне значення показника було одержане в 2013 р. і склало 560,5 тис. грн., максимальне значення отримане в 2017 р. і становить 1128,2 тис. грн.





**Рис. 2.6. Динаміка обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за товарною структурою у 2013 – 2017 рр.**

Третю позицію у загальному обсязі експорту становить електротехнічне устаткування, їх частка у товарній структурі експорту протягом 2013 – 2017 рр. становила 11,5 – 16,3 %. Мінімальне значення показника було одержане в 2013 р. і склало 593,2 тис. грн., максимальне значення отримане в 2014 р. і становить 984,7 тис. грн.

Сукупно ці три групи товарів сформували близько 50 % експорту ТОВ «Енерпроф Груп».

Найнижчими за період 2013 – 2017 рр. були частки:

– компресорного та насосного обладнання структура яких складала від 5,3 % до 7,1 %. Мінімальне значення показника було зафіксовано в 2013 р. і склало 258,3 тис. грн., максимальне значення отримане в 2017 р. і становить 449,9 тис. грн.;

– контрольно-вимірвальних приладів та обладнання структура яких складала від 6,2 % до 9,1 %. Мінімальне значення показника було зафіксовано в 2015 р. і склало 401,1 тис. грн., максимальне значення отримане в 2016 р. і становить 445,2 тис. грн.

Отже, проведений аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» показав, що:

– Товариство залишається експортером переважно електромонтажного обладнання, устаткування для автосервісу та електротехнічного устаткування, частка компресорного та насосного обладнання, а також контрольно-вимірвальних приладів та обладнання в експортній структурі є низькою;

– експорт товарів ТОВ «Енерпроф Груп» протягом 2013 – 2017 рр. характеризується значною географічною концентрацією: за даними 2017 р. ринки 8 країн Європи були освоєні аналізованим підприємством, та близько 50 % його обсягу припадало на дві основні країни Німеччину та Чехію;

– частка експорту товарів ТОВ «Енерпроф Груп» протягом аналізованого періоду зросла, що однозначно є позитивним явищем для підприємства.

Головною умовою проведення зовнішньоекономічної операції є її ефективність. Підприємства нерідко зазнають значних збитків унаслідок недостатнього техніко-економічного обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної операції, відсутності в ньому оцінок вибору валюти ціни, валюти платежу та інших валютно-фінансових умов угоди.

Розрахунок економічної ефективності проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту.

Під результатами розуміють грошову, вартісну оцінку отриманого прибутку для підприємства: грошові надходження за відправлену продукцію, виконані роботи та послуги, вартість отриманого товару, робіт, послуг та ін.

Під витратами розуміють грошову вартісну оцінку виробничих ресурсів, які залучилися у господарський обіг: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в

різноманітні державні фонди та інші витрати, без яких торгова угода не може бути здійснена.

Економічні результати та витрати ресурсів мають кількісний вимір. А тому й економічна ефективність може вимірюватися кількістю, тобто мати критерій ефективності.

Критерій – це головна ознака, що відрізняє його від інших класифікаційних одиниць.

Критерій економічної ефективності не є однаковим для різних рівнів зовнішньоекономічної діяльності. Кожному рівню оцінювання відповідає свій вид економічних інтересів та критерій ефективності.

На рівні підприємства під економічною ефективністю зовнішньоторговельних операцій розуміють ступінь збільшення доходу від цих операцій.

Головним критерієм економічної ефективності є прибуток. Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дає змогу обґрунтувати окремі пропозиції щодо закупівлі та продажу певних товарів. Одержані дані можуть бути використані при розробці планів експорту та імпорту підприємства, при оцінюванні структури та напрямків зовнішньоторговельного обігу. Отже, вважаємо за необхідне провести аналіз показників ефективності експорту ТОВ «Енерпроф Груп» в розрізі за товарною структурою (табл. 2.14. – 2.21.).

*Таблиця 2.14.*

**Аналіз показників ефективності експорту устаткування для автосервісу**

**ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2013
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	560,5	1004,2	812,1	913,0	1128,2	567,7
Собівартість виготовлення експортної продукції	281,1	503,5	432,1	489,1	622,1	341
Накладні витрати при експорті	134,5	236,0	203,0	228,3	282,1	147,6
Ефект експорту, тис грн.	144,9	264,7	176,9	195,7	224,0	79,1
Коефіцієнт	1,35	1,36	1,28	1,27	1,25	-0,1

ефективності експорту						
-----------------------	--	--	--	--	--	--

З даних таблиці 2.14. видно, що чистий дохід отриманий від реалізації устаткування для автосервісу протягом всього аналізованого періоду з 2013 по 2017 рр. має тенденцію до збільшення, що однозначно є позитивними фактором.

Так максимального значення показник досяг в 2017 р. і склав 1128,2 тис. грн., що на 567,7 тис. грн. більше аніж в 2013 р., мінімальне значення отриманої виручка від реалізації устаткування для автосервісу ТОВ «Енерпроф Груп» отримане в 2013 р. відповідно і склало 560,5 тис. грн.

Що стосується собівартості виготовлення устаткування для автосервісу Товариства, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковується негативна тенденція по збільшенню зазначеного показника. Так максимального значення показник досяг в 2017 р. і склав 622,1 тис. грн., що на 341 тис. грн. більше аніж в 2013 р., мінімальне значення собівартості виготовлення устаткування для автосервісу ТОВ «Енерпроф Груп» отримане в 2013 р. відповідно і склало 281,1 тис. грн. Накладні витрати при експорті устаткування для автосервісу ТОВ «Енерпроф Груп» теж протягом всього аналізованого періоду росли і досягли в 2017 р. максимального значення в 282,1 тис. грн., що на 147,6 тис. грн. більше аніж в 2013 р. Зазначена динаміка є негативною для експортної діяльності підприємства з цим товаром.

Коефіцієнт ефективності експорту устаткування для автосервісу ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), але його динаміка зміни є від'ємною починаючи з 2014 р., оскільки значення коефіцієнта з кожним роком зменшувалось і в результаті в 2017 р. сягнуло відмітки в 1,25, що на -0,1 менше аніж в 2013 р.

Отже, протягом 2013 – 2017 рр. ефективність експорту устаткування для автосервісу ТОВ «Енерпроф Груп» знижається, що є негативним фактором для підприємства.

*Таблиця 2.15.*

**Аналіз показників ефективності експорту будівельного обладнання ТОВ  
«Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2013
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	465,8	725,6	619,0	890,4	1142,1	676,3
Собівартість виготовлення експортної продукції	238,6	381,5	335,6	471,3	596,3	357,7
Накладні витрати при експорті	116,5	181,4	154,8	222,6	285,5	169
Ефект експорту, тис грн.	110,8	162,7	128,7	196,6	260,3	149,5
Коефіцієнт ефективності експорту	1,31	1,29	1,26	1,28	1,30	-0,01

Дані таблиці 2.15. свідчать про збільшення чистого доходу отриманого від реалізації будівельного обладнання протягом всього аналізованого періоду з 2013 по 2017 рр. Так максимального значення показник досяг в 2017 р. і склав 1142,1 тис. грн., що на 676,3 тис. грн. більше аніж в 2013 р. зазначена тенденція є позитивною для діяльності підприємства.

Що стосується собівартості виготовлення будівельного обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» та накладних витрат при експорті зазначеного виду товару, то відображена динаміка свідчить про їх ріст, що є не досить добрим знаком для Товариства.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігається в 2014 р. – 264,7 тис. грн. та 2017 р. – 224,0 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту будівельного обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), але з 2013 р. по 2016 р. мав тенденцію до зменшення від 1,31 до 1,28, зазначена тенденція була негативною для підприємства.

В 2017 р. ситуація почала змінюватись на краще і коефіцієнт ефективності експорту зріс до значення 1,3.

*Таблиця 2.16.*

**Аналіз показників ефективності експорту електротехнічного устаткування  
ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2013
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	593,2	984,7	623,9	648,1	879,1	285,9
Собівартість виготовлення експортної продукції	327,6	553,6	363,2	366,4	498,1	170,5
Накладні витрати при експорті	160,2	265,9	168,5	175,0	233,8	73,6
Ефект експорту, тис грн.	105,5	165,3	92,2	106,7	147,2	41,7
Коефіцієнт ефективності експорту	1,22	1,20	1,17	1,20	1,20	-0,02

З даних таблиці 2.16. бачимо, що чистий дохід отриманий від реалізації електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» має коливаючу динаміку так в 2014 р. показник зріс до 984,7 тис. грн., що на 394,5 тис. грн. більше аніж в 2013 р., але потім розпочався період спаду і в 2015-2016 рр. значення показника зменшились в порівнянні з даними за 2014 р. на -360,8 тис. грн., та 336,6 тис. грн. В 2017 р. ситуація трохи виправилась і виручка отримана від реалізації електротехнічного устаткування склала 879,1 тис. грн.

Що стосується собівартості виготовлення електротехнічного устаткування Товариства, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковується змінна динаміка. В 2014 р. собівартості виготовлення електротехнічного устаткування в порівнянні з попереднім роком зросла аж на 226 тис. грн., в 2015-2016 рр. знов знизилась до рівня 363,2 та 366,4 тис. грн. В 2017р. показник знову зріс до 498,1 тис. грн. В цілому виникла тенденція по збільшенню зазначеного показника є негативною.

Накладні витрати при експорті електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» теж протягом всього аналізованого мали змінний характер максимального значення досягли в 2014 р. в 265,9 тис. грн., що на 32,1 тис. грн. більше аніж в 2017 р. та на 105,7 тис. грн. аніж в 2013 р.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2014 р. – 165,3 тис. грн. та 2017 р. – 147,2 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), але його динаміка зміни є від'ємною починаючи з 2014

р., оскільки значення коефіцієнта з кожним роком зменшувалось і в результаті в 2017 р. сягнуло відмітки в 1,2, що на -0,02 менше аніж в 2013 р.

Отже, протягом 2013 – 2017 рр. ефективність експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» знижалась, але не досить критично в порівнянні з попередніми показниками інших експортованих товарів підприємства.

Таблиця 2.17.

**Аналіз показників ефективності експорту компресорного, насосного обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2013
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	258,3	395,2	307,0	298,7	449,9	191,6
Собівартість виготовлення експортної продукції	168,4	238	181,8	185,8	266,4	98,0
Накладні витрати при експорті	72,3	106,7	82,9	80,6	117,0	44,7
Ефект експорту, тис грн.	17,5	50,5	42,3	32,2	66,5	49,0
Коефіцієнт ефективності експорту	1,07	1,15	1,16	1,12	1,17	0,10

Дані таблиці 2.17. свідчать про збільшення чистого доходу отриманого від реалізації компресорного, насосного обладнання протягом всього аналізованого періоду з 2013 по 2017 рр. Так максимального значення показник досяг в 2017 р. і склав 449 тис. грн., що на 191,6 тис. грн. більше аніж в 2013 р. зазначена тенденція є позитивною для діяльності підприємства.

Собівартість виготовлення експортного компресорного, насосного обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» теж протягом всього аналізованого періоду з 2013 по 2017 рр. мала тенденцію до зросту, але зазначена динаміка була негативною для фінансово - господарської діяльності Товариства.

Накладні витрати при експорті насосного обладнання Товариства мали змінний та непостійний характер.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2017 р. і склав 66,5 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), динаміка зміни є позитивною +0,1 в 2017 р. до показника в порівнянні з даними 2013 р.

Таблиця 2.18.

**Аналіз показників ефективності експорту вантажного й складського устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2013
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	440,4	809,8	554,5	597,4	789,1	348,7
Собівартість виготовлення експортної продукції	231,4	414,2	280,2	307,9	398,8	167,4
Накладні витрати при експорті	127,7	234,8	160,8	173,2	228,8	101,1
Ефект експорту, тис грн.	81,3	160,8	113,5	116,3	161,5	80,2
Коефіцієнт ефективності експорту	1,23	1,25	1,26	1,24	1,26	0,03

З даних таблиці 2.18. бачимо, що чистий дохід отриманий від реалізації вантажного й складського устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» має коливаючу динаміку так в 2014 р. показник зріс до 809,8 тис. грн., що на 369,4 тис. грн. більше аніж в 2013 р., але потім розпочався період спаду і в 2015-2016 рр. значення показника зменшились в порівнянні з даними за 2014 р. на -255,3 тис. грн., та 212,4 тис. грн. В 2017 р. ситуація трохи виправилась і виручка отримана від реалізації вантажного й складського устаткування збільшилась до 789,1 тис. грн.

Що стосується собівартості виготовлення вантажного й складського устаткування Товариства, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковується динаміка зросту, що є негативним явищем для підприємства.

Накладні витрати при експорті вантажного й складського устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» теж протягом всього аналізованого періоду мали тенденцію до зросту і склали 228,8 тис. грн., що на 101,1 тис. грн. більше аніж в 2013 р.



Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2014 р. – 160,38 тис. грн. та 2017 р. – 161,5 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), його динаміка зміни є позитивною +0,03 до показника 2017 р. в порівнянні з даними 2013 р.

Отже, протягом 2013 – 2017 рр. ефективність експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» зростала, що є досить позитивним для діяльності Товариства

Таблиця 2.19.

**Аналіз показників ефективності експорту контрольно-вимірювальних приладів, обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2014
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	–	401,7	401,1	445,2	429,1	27,4
Собівартість виготовлення експортної продукції	–	272,4	262,6	291,8	279,9	7,5
Накладні витрати при експорті	–	104,4	104,3	115,8	111,6	7,2
Ефект експорту, тис грн.	–	24,9	34,2	37,7	37,7	12,8
Коефіцієнт ефективності експорту	–	1,07	1,09	1,09	1,10	0,03

Дані таблиці 2.19. свідчать про коливаючу динаміку чистого доходу отриманого від реалізації контрольно-вимірювальних приладів, обладнання ТОВ «Енерпроф Груп». Так в 2016 р. показник зріс до 445,2 тис. грн., що на 44,1 тис. грн. більше аніж в 2015 р. та на 43,5 тис. грн. більше аніж в 2014 р. В 2017 р. значення показника знов знизилось до позначки в 429,1 тис. грн.

Що стосується собівартості виготовлення контрольно-вимірювальних приладів, обладнання та їх накладних витрати при експорті, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковувалась теж змінна динаміка, яка в цілому відмічена як негативна.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2016 та 2017 рр. і склав по 37,7 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), його динаміка відмічена як позитивна +0,03 в 2017 р. по відношенню до показника 2013 р.

*Таблиця 2.20.*

**Аналіз показників ефективності експорту електромонтажного обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2014
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	746,1	1243,9	1020,0	1115,8	1335,9	589,8
Собівартість виготовлення експортної продукції	483,8	794,2	641,1	697,2	822,1	338,3
Накладні витрати при експорті	208,9	348,3	285,6	312,4	374,1	165,2
Ефект експорту, тис грн.	53,4	101,4	93,3	106,2	139,7	86,3
Коефіцієнт ефективності експорту	1,08	1,09	1,10	1,11	1,12	0,04

З даних таблиці 2.20. бачимо, що чистий дохід отриманий від реалізації електромонтажного обладнання ТОВ «Енерпроф Груп» має коливаючу динаміку, але в цілому відмічена позитивна динаміка зросту. Так в 2017 р. показник сягнув відмітки 1335,9 тис. грн., що на 589,8 тис. грн. більше аніж в 2013 р. Що стосується собівартості виготовлення електромонтажного обладнання та їх накладних витрати при експорті, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковувалась теж змінна динаміка, яка в цілому відмічена як негативна.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2016 р. - 106,2 тис. грн. та в 2017 р. - 139,7 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), але його динаміка зміни є позитивною.

*Таблиця 2.21.*

**Аналіз показників ефективності експорту електропневмоінструменту ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2014
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	575,0	913,5	614,0	727,0	768,3	193,3
Собівартість виготовлення експортної продукції	361,4	555,9	385,9	430,1	459,8	98,4
Накладні витрати при експорті	161,0	255,8	171,9	203,6	215,1	54,1
Ефект експорту, тис грн.	52,6	101,9	56,2	93,3	93,4	40,8
Коефіцієнт ефективності експорту	1,10	1,13	1,10	1,15	1,14	0,04

Дані таблиці 2.21. свідчать про коливаючу динаміку чистого доходу отриманого від реалізації електропневмоінструменту ТОВ «Енерпроф Груп». Так в 2014 р. показник зріс до 913,5 тис. грн., що на 338,5 тис. грн. більше аніж в попередньому році. В 2015 та 2016 рр. відмічена тенденція до зниження показника до рівня 614 та 727 тис. грн. В 2017 р. ситуація трохи виправилась і виручка отримана від реалізації електропневмоінструменту Товариства зростає до 768,3 тис. грн.

Що стосується собівартості виготовлення електропневмоінструменту та їх накладних витрати при експорті, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковувалась теж змінна динаміка, яка в цілому відмічена як негативна.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2014 р. і склав 101,9 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту електротехнічного устаткування ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше 1), його динаміка відмічена як позитивна +0,04 в 2017 р. по відношенню до показника 2013 р.

Таблиця 2.22.

**Узагальнений аналіз показників ефективності експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за 2013 – 2017 рр., тис. грн.**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, 2017/2014
	2013	2014	2015	2016	2017	
Чистий дохід від реалізації експортної продукції	3639,3	6478,6	4951,6	5635,6	6921,7	3282,4
Собівартість виготовлення	2092,3	3713,3	2882,5	3239,6	3943,5	1851,2

експортної продукції						
Накладні витрати при експорті	981,1	1733,3	1331,8	1511,5	1848	866,9
Ефект експорту, тис грн.	565,9	1032	737,3	884,5	1130,2	564,3
Коефіцієнт ефективності експорту	1,18	1,19	1,17	1,19	1,20	0,02

З даних таблиці 2.22. бачимо, що чистий дохід отриманий від реалізації експортної продукції ТОВ «Енерпроф Груп» має коливаючу динаміку так в 2014 р. показник зріс до 6478,6 тис. грн., що майже в двічі більше за показник який був отриманий в попередньому році, але потім розпочався період спаду і в 2015-2016 рр. значення показника зменшились в порівнянні з даними за 2014 р. на – 1527 тис. грн., та – 843 тис. грн. В 2017 р. ситуація трохи виправилась і виручка отримана від реалізації експортної продукції Товариства склала 6921,7 тис. грн.

Що стосується собівартості виготовлення експортної продукції та їх накладних витрат Товариства, то протягом 2013 – 2017 рр. прослідковується динаміка зростання, що для підприємства є досить негативним фактором.

Найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2014 р. – 1032 тис. грн. та 2017 р. – 1130,2 тис. грн.

Коефіцієнт ефективності експорту продукції ТОВ «Енерпроф Груп» на протязі всього аналізованого періоду знаходився в межах норми (більше1), його динаміка відмічена як позитивна +0,02 в 2017 р. по відношенню до показника 2013 р.

Отже, слід зауважити, що протягом 2013 – 2017 рр. експорт був прибутковим, тоді як загалом ТОВ «Енерпроф Груп» було неплатоспроможне.

Коефіцієнт ефективності експорту протягом всього аналізованого періоду був більший за одиницю (1,17 та 1,20 відповідно), тобто реалізація товарів на зовнішньому ринку була вигідніша, ніж всередині країни.

Проведені розрахунки свідчать про те, експорт електропневмоінструменту, електромонтажного обладнання, контрольно-вимірювальних приладів, вантажного й складського устаткування, компресорного, насосного обладнання для ТОВ «Енерпроф Груп» є економічно

вигідним і варто шукати шляхи його збільшення з урахуванням найбільш вагомих факторів розвитку.

## **Висновки до розділу II**

Провівши аналіз господарської діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» з впевненістю можемо говорити що підприємство протягом 2013 – 2017 рр. знаходиться в досить скрутному становищі. Підприємство є неплатоспроможним, але досі ліквідним, рентабельність діяльності підприємства з кожним роком є все меншою, що з кожним роком приносить все менше прибутку Товариству, а отже ТОВ «Енерпроф Груп» з кожним роком наближається до банкрутства. Наприклад, коефіцієнти оборотності активів за період з 2013 – 2017 рр. мають тенденцію до зменшення, що свідчить про пониження ефективності використання фінансових ресурсів на підприємстві, так у 2017 р. він зменшився на 0,735 в порівнянні з 2013 р.

Дослідивши процес міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» за останні 5 років дійшли висновку, що механізм планування економічної діяльності підприємства являє собою комплекс заходів управлінського характеру, що застосовуються керівництвом у сфері міжнародної економічної діяльності з метою ефективного формування цілей та оптимізації майбутнього стану. Проведений аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» показав, що: Товариство залишається експортером переважно електромонтажного обладнання, устаткування для автосервісу та електротехнічного устаткування, частка компресорного та насосного обладнання, а також контрольно-вимірювальних приладів та обладнання в експортній структурі є низькою; експорт товарів ТОВ «Енерпроф Груп» протягом 2013 – 2017 рр. характеризується значною географічною концентрацією: за даними 2017 р. ринки 8 країн Європи були освоєні аналізованим підприємством, та близько 50 % його обсягу припадало на дві

основні країни Німеччину та Чехію; частка експорту товарів ТОВ «Енерпроф Груп» протягом аналізованого періоду зростає, що однозначно є позитивним явищем для підприємства.

Результативність механізму планування міжнародної економічної діяльності Товариства залежить від організації процесу планування, а також від чіткості та узгодженості дій усіх його елементів. Проведені розрахунки свідчать про те, експорт електропневмоінструменту, електромонтажного обладнання, контрольно-вимірювальних приладів, вантажного й складського устаткування, компресорного, насосного обладнання для ТОВ «Енерпроф Груп» є економічно вигідним (найбільший обсяг ефекту від експорту спостерігався в 2014 р. – 1032 тис. грн. та 2017 р. – 1130,2 тис. грн.) і варто шукати шляхи його збільшення з урахуванням найбільш вагомих факторів розвитку.

Необхідно підкреслити, що запорукою успішного функціонування підприємства є формування стратегії його розвитку, яка дає змогу зосередитись на головних проблемах і відкинути другорядні, визначити й скоординувати дії з реалізації місії й основних цілей Товариства, шляхи її перетворення в новий стан, а також способи використання необхідних для цього ресурсів.

Саме від того, наскільки правильною та доцільною буде обрана стратегія, залежить ефективність господарської діяльності підприємства та його конкурентоспроможність на міжнародному ринку. У процесі формування стратегії не повинно бути хаотичності. Необхідно усвідомлювати свою позицію на ринку та будувати стратегію «знизу вгору», підлаштовувати внутрішні можливості підприємства та його позиції на ринку під ринкову ситуацію.

Чітко сформована та аргументована стратегія розвитку підприємства дає можливість визначити стратегічні цілі для управлінців та способи їх досягнення, уникнути ризиків, раціонально розпоряджатися ресурсами.

### **РОЗДІЛ 3**

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ЕНЕРПРОФ ГРУП»)**

**3.1. Перспективи підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні з урахуванням світового досвіду**

Проведене дослідження сучасних тенденцій розвитку підприємств малого бізнесу у світовому господарстві дозволило окреслити нове місце й нетрадиційні форми малого підприємництва у процесах міжнародного поділу праці й інтеграції національних економік у світовий економічний простір: мале підприємництво стає продуктивною силою «нової» інноваційної економіки, що передбачає необхідність та доцільність вироблення «нової політики» держав світу у сфері підтримки малого бізнесу.

В рамках традиційного суб'єктного підходу до сутності світової економіки, відповідно до якого її головними суб'єктами виступають транснаціональні корпорації (ТНК), знижується ефективність вирішення соціальних завдань розвитку світової спільноти. При цьому роль підприємств малого бізнесу в реалізації соціальних цілей світогосподарського розвитку недвозначна; значущість малих підприємств як суб'єктів національної економіки зберігається і зростає, а на глобальному рівні – нівелюється. В будь-якому випадку застосування методичних підходів та інструментально-прикладних засобів досягнення цілей інтеграції підприємств малого бізнесу у світовий економічний простір актуалізуються (рис. 3.1.).

Таким чином, актуалізується завдання розгляду сутності процесу глобалізації малого бізнесу в контексті виділення його ролі в інноваційному процесі, підвищення інноваційної активності за рахунок індивідуалізації (аккумуляції людського капіталу).

Інноваційний аспект інтеграції підприємств малого бізнесу у світове господарство, як зазначалося, найбільш ефективно може бути реалізований при делегуванні повноважень від ТНК малому бізнесу по вузькоспеціалізованих інноваційних напрямках, які можуть ґрунтуватися в рамках формування державної політики підвищення міжнародної економічної активності підприємств малого бізнесу в регіональному та галузевому аспектах.

1. Теоретико-методологічні обґрунтування сучасних напрямів діяльності підприємств малого бізнесу в світовій економіці та в умовах її глобалізації

2. Аналіз світового досвіду малого підприємництва на сучасному етапі (основні форми та напрями державної підтримки малого бізнесу)



3. Розробка рекомендацій по удосконаленню управління міжнародною економічною діяльністю підприємствами малого бізнесу в національній економіці

**Рис** **іжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу**

Дійсно, процес глобалізації, пов'язаний з технологічними змінами, зумовлює інноваційний вектор розвитку (як світової економіки в цілому, так і її суб'єктів), який на практиці реалізується в рамках національного економічного розвитку, що об'єктивно призводить до диверсифікації діяльності малого бізнесу в напрямку інноваційних видів діяльності.

В умовах існуючих «провалів» ринку держава об'єктивно бере участь у коригуванні ринкових процесів, в тому числі шляхом використання малого бізнесу у вирішенні соціально-економічних проблем. В рамках переходу до «нової» (заснованої на знаннях) економіки ця роль повинна корегуватися в напрямку залучення інноваційного потенціалу малого підприємництва, що розкривається в акумуляції інтелектуальних здібностей людини.

Дану обставину слід враховувати при формуванні концепції, механізму, функцій та структур регулювання інноваційної складової малого бізнесу в національних та регіональних економіках, які інтегруються у світову економіку.

Конкурентоспроможність національної економіки певною мірою зумовлюється, в тому числі, і діяльністю підприємств малого бізнесу, якщо їх міжнародна економічна діяльність значно впливає на її підвищення. Інакше кажучи, малий бізнес вносить свій внесок у процеси посилення інтеграції країн у світову економіку (в тому числі, за допомогою міжнародної економічної активності) і, як наслідок, у формування рейтингу міжнародної конкурентоспроможності країни. Для практичної реалізації такого підходу Україні потрібні аналіз та використання ефективних форм і напрямків міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в умовах транзитивності національної економіки.

Існуючі у світовій практиці програми підтримки малого бізнесу (рис. 3.2) [29, с. 40], що реалізуються в Україні, підлягають коригуванню та зумовлюють формування нових програм у зв'язку з доцільністю прискореної інтеграції підприємств малого бізнесу у світове господарство за найбільш інноваційними напрямками.

Отже, проведений аналіз дозволяє зробити ряд теоретико-методологічних висновків, на основі яких можна змоделювати процес інтернаціоналізації вітчизняних підприємств малого бізнесу та виробити концепцію програми активізації міжнародної економічної діяльності малих підприємств України.

По-перше, процес глобалізації, яка формує єдиний бізнес-простір, охоплює і сферу малого бізнесу, стимулюючи його міжнародне підприємництво. При цьому формуються дві моделі інтернаціоналізації підприємств малого бізнесу, названі нами «еволюційною» – з переважанням традиційних форм міжнародної економічної взаємодії (зовнішня торгівля) та «революційною» – із міжнародною економічною діяльністю, орієнтованою на прогресивні види та форми, яка поєднує інноваційно-випереджаючу і схильну до ризику поведінку, що виходить за національні кордони і спрямована на створення нової вартості.

<u>Державна підтримка міжнародної економічної діяльності</u> (корупційний елемент (у країнах, що розвиваються, та країнах із перехідною економікою))		<u>Внутрішньоекономічні умови</u>	
		<u>Інститути</u>	<u>Правове середовище</u>
<u>Державні програми</u>	<u>Регіональні та місцеві програми</u>	1) Центри розвитку малого бізнесу (США); 2) Центри підприємництва і нововведень (ЄС) 3) Промислово-торгові палати (Німеччина); 4) Народна фінансова корпорація (Японія); 5) Зовнішньоторговельна асоціація малого бізнесу (Корея)	1) Розвинуте базове законодавство з підприємництва та конкуренції; 2) Чіткий порядок і правила ліцензування, які залишають на ринку лише ефективно діючі підприємства; 3) Особливі вимоги до створення «шкідливих» виробництв
1) Щодо розвитку експорту (США – «Експорт зараз», Німеччина – «Страховання експортних кредитів (Гермес)»); 2) Із розширення експортного інвестування «Program Abroad» (Німеччина: «KfW		<u>Співпраця з великим бізнесом</u>	<u>Оподаткування</u>
		1) Директива уряду: обов'язкова частка субконтрактних робіт у великих компаній – 10 % (США); 2) Розвиток «кластерних» технологій	Прозора та зрозуміла система оподаткування (в розвинених країнах)

SME). 3) Із проведення міжнародних ярмарків (Німеччина). 4) Щодо	<u>Фінансування</u>	Заплутана система оподаткування (у країнах, що розвиваються, та країнах із перехідною економікою)
	1) Навчання керівників малих підприємств (Японія); 2) Формування стартового капіталу венчурних проєктів; 3) Оперативне оформлення кредитів; 4) Розвиток системи мікрокредитування	

**Рис 3.2. Умови та організаційно-правове забезпечення розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в зарубіжних країнах**

По-друге, реалізація певних моделей поведінки в глобальному економічному середовищі формує специфічну систему взаємодії підприємств малого бізнесу з іншими суб'єктами світової економіки. Зокрема, реалізуючи функцію забезпечення соціальної та економічної ефективності функціонування національної економіки, підприємства малого бізнесу виступають сполучною ланкою в реалізації інтересів держав при економічній взаємодії із транснаціональними корпораціями, а зміщення відносин «центр-периферія» у сферу НТП за постійного процесу зміни технологічних парадигм на їх ранніх етапах перетворюють високоінноваційні малі фірми на двигун НТП та прогресивних структурних перетворень у національних економіках, що актуально як для розвинених країн, так і для країн з економікою, що розвивається, а також для країн із транзитивною економікою.

В обох випадках і великий транснаціональний бізнес, і національні економіки, і держави формують зацікавленість малими формами бізнесу, задаючи потенціал для їх розвитку та залучення у світогосподарські процеси на принципах адаптації до їх вимог або глобальної експансії.

По-третє, загальна модель інтернаціоналізації бізнесу виходить із поетапності залучення до процесів міжнародного поділу праці, що проектується і на малий бізнес. Однак, асиметрія розвитку національних

економік різних країн породжує і хвилеподібний процес інтернаціоналізації їх малого бізнесу. Так, малий бізнес розвинених країн пройшов усі етапи інтернаціоналізації бізнесу, отримує прибуток та формує свої конкурентні переваги, в основному, через реалізацію прогресивних видів та форм міжнародної економічної діяльності (виробничо-технологічне, науково-технічне інноваційне й інвестиційне співробітництво), виявляючи активність не тільки у традиційних видах і формах міжнародної економічної діяльності, але й у високотехнологічних галузях.

Орієнтуючись на великих партнерів, які здійснюють стратегію транснаціоналізації діяльності, малий бізнес розвинених держав також транснаціоналізується, утворюючи таку форму ТНК, як малі ТНК, та здійснюючи процеси міжнародного інвестування, злиття й поглинання; малий бізнес країн, що розвиваються переважно функціонує в доіндустріальних формах малого виробництва, орієнтуючись на зовнішні ринки, переважно, в рамках тіньової економіки. Нова ж модель малих підприємств таких країн бере участь у системах виробничо-технологічного та інвестиційного співробітництва, орієнтуючись виключно на потреби та вимоги великих компаній, які здійснюють експансію на ринках країн, що розвиваються. Слід відзначити вузькість спектра міжнародних економічних напрямків діяльності підприємств малого бізнесу цих держав.

Малі підприємства країн з перехідною економікою, відчуваючи труднощі та особливості перехідного періоду, лише освоюють різні форми міжнародної економічної взаємодії, виявляючи активність через традиційні види та форми міжнародної економічної діяльності, переважно, на ринках низько- і середньо-технологічної продукції, що характерно і для вітчизняних фірм.

По-четверте, переважання різних видів та форм міжнародної економічної діяльності у практиці малих підприємств різних країн обумовлюється такими факторами, як:

– галузева специфіка: в розвинених країнах переважає венчурний капітал, що стимулює інноваційні форми міжнародної економічної діяльності, тоді як у

країнах, що розвиваються, і країнах з перехідною економікою малий бізнес зосереджений у низько- та середньо-технологічних секторах;

– структурні особливості: в розвинених країнах підприємства малого бізнесу мають гнучкі зв'язки з великим бізнесом і ті підприємства, які реалізують міжнародну економічну діяльність, є більшими, ніж підприємства малого бізнесу з внутрішньою спеціалізацією. У країнах, що розвиваються, та країнах з перехідною економікою підприємства малого бізнесу, які є учасники міжнародної економічної діяльності теж, як правило, є крупнішими, проте вони залежать від політики великих компаній;

– особливості продукції: в розвинених країнах продукція підприємств малого бізнесу проходить ретельну сертифікацію у спеціалізованому органі, тоді як у країнах, що розвиваються, та країнах із перехідною економікою сертифікація здійснюється декількома органами, а процедури і правила сертифікації не узгоджені, що знижує якість контролю;

– проблеми розвитку міжнародної економічної діяльності. Серед них можна виділити традиційні для підприємств малого бізнесу розвинених країн, країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою проблеми фінансування та дефіциту кадрів. Одночасно, підприємства малого бізнесу розвинених країн часто не виходять на зовнішні ринки по причині адекватного внутрішнього попиту та відсутності технологій для організації виробництва за кордоном, тоді як підприємства малого бізнесу країн, що розвиваються та підприємства малого бізнесу країн із перехідною економікою, як правило, мають низьку ділову культуру та не відповідні міжнародним стандартам структуру виробництва, управління нею, фінансову звітність і т.п.

На основі отриманих висновків та результатів виникає можливість здійснення розробки концепції активізації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу України в умовах глобалізації світової економіки.

Концепція вітчизняного підходу до формування програм активізації та підтримки міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу може бути наведена у вигляді схеми (рис. 3.3.).

До перспектив розвитку прогресивних форм міжнародної економічної діяльності на підприємствах малого бізнесу слід відносити: посилення постіндустріалізації за рахунок розвитку зовнішньої торгівлі послугами; підвищення інноваційної активності малих підприємств та поліпшення позицій країни у світовому господарстві; організація спільних підприємств за допомогою залучення зарубіжного венчурного капіталу; розвиток лізингової форми міжнародного підприємництва малих підприємств; розвиток міжнародного франчайзингу як основи кооперації великого і малого бізнесу різних країн.

Тоді до інноваційних видів ( $v^f$ ) міжнародної економічної діяльності малого бізнесу можна віднести:

$v^1$  – розвиток постіндустріальної сфери – зовнішньої торгівлі послугами;

$v^2$  – інноваційна сфера;

$v^3$  – міжнародний франчайзинг;

$v^4$  – міжнародний лізинг;

$v^5$  – залучення іноземного капіталу (венчурного) в спільну діяльність.

### 1. Вихідні дані – аналіз ситуації в економіці регіону

1.1. Проблемний аналіз міжнародної економічної діяльності регіону («дерево цілей»)	1.2. Аналіз діяльності корпоративних структур в економіці регіону та їх міжнародна економічна діяльність	1.3. Аналіз територіально-галузевої збалансованості економіки регіону	1.4. Аналіз видової діяльності підприємств малого бізнесу, їх частка в міжнародній економічній діяльності регіону
--	--	---	---

### 2. База даних (класифікатори)

Види та форми міжнародної економічної діяльності  
Види діяльності підприємств малого бізнесу  
Товарна група (вид послуг)  
Види суб'єктів малого бізнесу

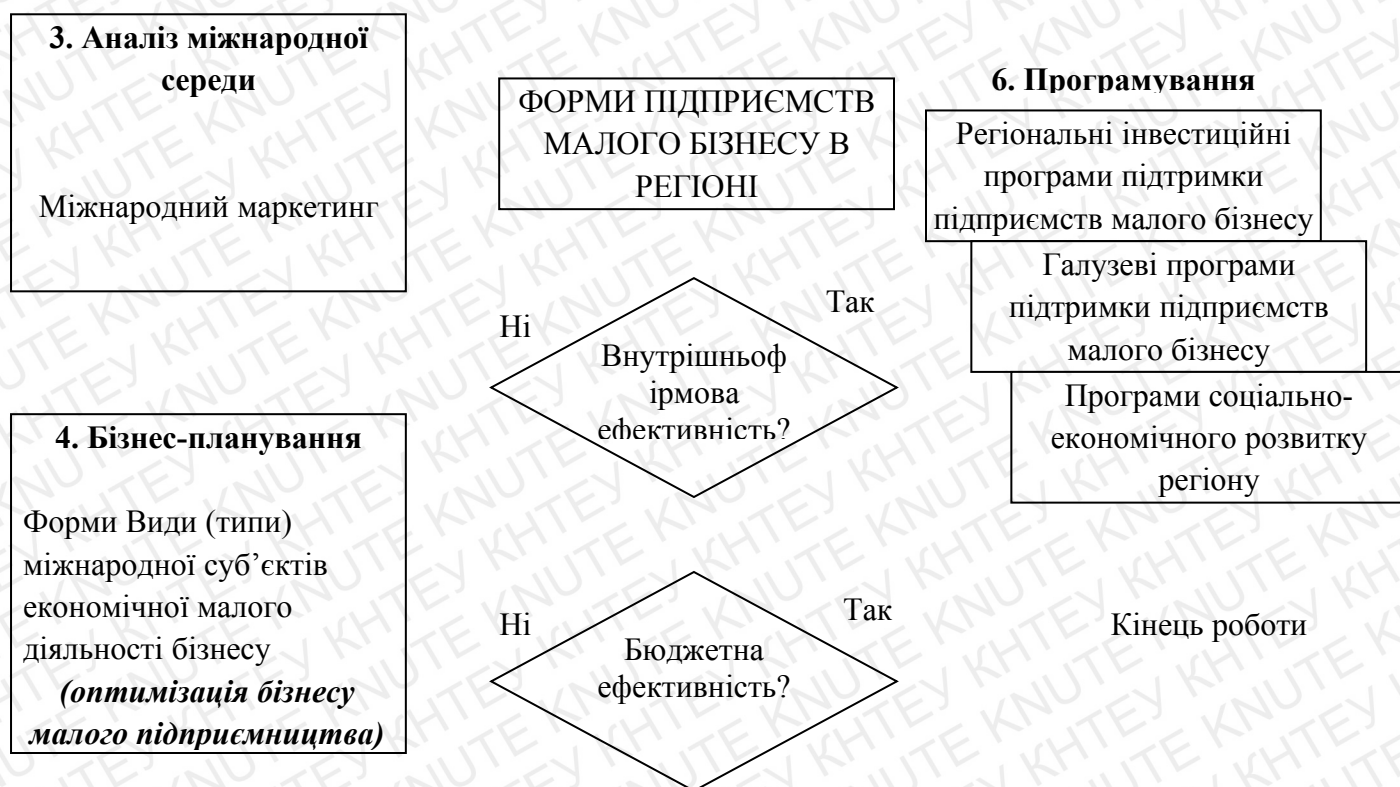


Ні

Так

**5. Прийняття рішень** («дерево цілей»)

Регіональні управління  
Національного банку  
України  
Комерційні банки  
Митні органи  
ТПП  
Ліцензійні органи  
Адміністрація  
Галузеві міністерства



**Рис. 3.3. Концептуальна схема формування програм активізації та підтримки міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу**

Найбільш складним завданням з точки зору практичної реалізації даної концепції є, на наш погляд, вдосконалення управління міжнародною економічною діяльністю суб'єктів малого бізнесу, – оскільки традиційні програми підтримки малого бізнесу в нашій країні не орієнтовані, як правило, на інноваційний аспект міжнародної економічної діяльності малих підприємств.

Зауважимо, що вироблення практичного інструментарію активізації міжнародної економічної діяльності суб'єктів малого бізнесу передбачає необхідність залучення методології та організаційних рішень міжнародного маркетингу як філософії міжнародної економічної діяльності малого бізнесу. Зрозуміло, що й вибір, і обґрунтування системи міжнародних економічних пріоритетів на підприємствах малого бізнесу може здійснюватися в рамках оптимізації їх бізнес-планів (блоки 3, 4, рис. 3.3.).

Приступаючи до аналізу представленої схеми відзначимо, що до неї входять декілька відносно самостійних, але функціонально пов'язаних блоків

робіт:

- 1) аналіз ситуації в економіці регіону згідно його «дерева цілей»;
- 2) розробка класифікаторів (бази даних) ознак, що характеризують функції та організаційну структуру підприємств малого бізнесу;
- 3) аналіз міжнародного середовища (формування комплексу міжнародного маркетингу підприємств малого бізнесу);
- 4) бізнес-планування підприємств малого бізнесу (вибір оптимальних форм міжнародної економічної діяльності для підприємств малого бізнесу з відповідними структурними ознаками);
- 5) прийняття рішень – вибір адекватних регіональним цілям («проблемам» міжнародної економічної діяльності регіональної економіки) форм підприємств малого бізнесу у галузевому та територіальному розрізі;
- 6) програмування: розробка пропозицій та рекомендацій зацікавленим структурам щодо формування програм підтримки підприємств малого бізнесу в регіоні.

Розглянемо нижче їх сутність.

Підготовка вихідних даних для оцінки повноти заповнення сфер економіки (по галузях) та ефективності діяльності підприємств малого бізнесу в економіці конкретного регіону. Необхідність даного блоку робіт зумовлюється істотною відмінністю східних, західних та центральних регіонів України за ступенем залучення підприємств малого бізнесу у міжнародну економічну діяльність та їх місцем в економіці регіону.

Початковим моментом аналізу ситуації (рис. 3.3.) є виявлення проблем в економіці регіону згідно «дерева цілей» (блок 1.1): якщо цілі розвитку регіональної економіки не реалізуються або ступінь їх досягнення не є задовільним, то така ситуація свідчить про наявність «проблем» (ресурсних, технологічних, продуктових, соціальних і т.п.).

В рамках виявлених «проблем» встановлюється наявність зовнішньоекономічного фактора як у позитивному сенсі, так і в негативному. Зокрема, у певних секторах економіки може неповністю використовуватися



потенціал суб'єктів міжнародної економічної діяльності в забезпеченні економічного зростання або їх діяльність може бути слабо орієнтована на підвищення регіональної ефективності.

Результати проведеного проблемного аналізу міжнародної економічної діяльності регіону відображаються на його «дереві цілей» у вигляді безлічі потенційних «проблем» стосовно відповідних нереалізованих цілей, які треба буде розв'язати суб'єктам міжнародної економічної діяльності в рамках чергового планового періоду (відповідно до чергової програми соціально-економічного розвитку регіону, що включає «роботи» у сфері регіональної міжнародної економічної діяльності).

Зауважимо, що на даній стадії аналізу поки що не йдеться про підприємства малого бізнесу: тут важливо зорієнтуватися щодо наявності самих проблем регіональної економіки, чітко прописати їх сутність та необхідні ресурси для вирішення.

На другому етапі аналізу ситуації в регіональній економіці (блок 1.2) потрібно, за нашою версією, встановити рівень корпоративності в галузях економіки: в умовах перехідної економіки об'єктивно відчувається дефіцит фінансових ресурсів, необхідних для економічного зростання, а корпоративні структури, як відомо, можуть ефективно виступати в якості акумулюючого фактора інвестицій. Одночасно, як зазначалося вище, малі підприємства можуть за допомогою визначеної форми відносин із корпоративним капіталом брати участь у їх міжнародній економічній діяльності, зокрема в інноваційній сфері.

У зв'язку з цим в галузях економіки конкретного регіону важливо ідентифікувати наявність корпоративних утворень, їх внесок в економічне зростання регіону і, одночасно, ступінь їх участі у виникненні (і вирішенні) «проблем» регіональної економіки, виявлених на попередньому етапі даного аналізу.

Тоді, співвідносячи результати аналізу по блоку 1.2 з результатами по блоку 1.1. (рис. 3.3.), можна уточнювати зміст «робіт» щодо вирішення

виявлених «проблем» регіональної економіки із залученням корпоративного фактора, включаючи потенційні можливості корпоративних структур для розвитку відповідних видів та форм міжнародної економічної діяльності. При цьому існує можливість ще більшої конкретизації потенційно можливого місця малих підприємств в міжнародному бізнесі корпорацій.

Аналіз територіально-галузевої збалансованості регіональної економіки (блок 1.3.) необхідний, згідно нашого підходу, для оцінки розподілу виробничого потенціалу в регіоні за галузями, за сферами зайнятості населення та в різних географічних пунктах для того, щоб, з одного боку, здійснити територіально-галузеву прив'язку виявлених «проблем» регіональної економіки, а з іншого – виявити сфери економіки з першочерговою необхідністю інвестування (точки економічного зростання) та залучити додаткову робочу силу (утворення додаткових робочих місць). При цьому слід використовувати результати робіт по блоку 1.2 – оцінка корпоративного фактора в регіональній економіці – та виявити дисбаланс у галузевій і територіальній структурі економіки регіону.

Радикальним засобом інституціонального забезпечення потенційно можливих структурних зрушень регіональної економіки може послужити утворення і розвиток в регіоні, зокрема, холдингових структур.

Однак за рамками даного процесу залишається цілий ряд ніш у вирішенні регіональних «проблем», в яких може і повинен реалізовуватися потенціал малих підприємств, а частина їх може отримати для виконання делеговані від корпорацій специфічні функції, зокрема, у сфері міжнародної економічної діяльності, і, перш за все, інноваційного характеру.

За такого підходу «підтримка малого бізнесу» в регіоні, від формального декларування, не підтверженого відчутним фінансуванням, переходить в розряд системного процесу активізації, програмування та підтримки малого підприємництва: малий бізнес може стати істотним чинником економічного зростання території.

I, нарешті, останнім етапом аналізу ситуації щодо стану малого підприємництва в регіоні, за нашою версією, є ідентифікація реально існуючих до моменту проведення аналізу видів діяльності малих підприємств та їх частки в економіці регіону (блок 1.4, рис. 3.3.).

В рамках традиційного підходу до оцінки ролі малого бізнесу в національній економіці різних структурних рівнів саме з цього аналізу і починається безпосередньо дослідження. При цьому результати аналізу, як правило, зводяться до констатації фактичного статистичного матеріалу та вираження незадоволення з приводу низького рівня розвитку даної організаційної форми вітчизняної економіки.

Дійсно, нинішні можливості нашої держави стосовно підтримки розвитку малого підприємництва дуже обмежені, тому самі програми підтримки підприємств малого бізнесу носять декларативний характер, оскільки вони створюються так, немов підприємці малого бізнесу діють самі по собі, незалежно від реалій економіки. Зрозуміло, що нинішні реалії зумовлює корпоративний капітал, а малий бізнес надовго залишиться в стані виживання.

Ситуація може змінитися, як зазначалося, в разі переплетення інтересів малого і великого бізнесу, що й слід було б передбачати в цільових національних та регіональних програмах соціально-економічного розвитку територій, і на що спрямована наша концепція. Особливо складні позиції підприємств малого бізнесу у міжнародній економічній сфері, де потрібні значні фінансові та інформаційні можливості господарюючого суб'єкта.

В рамках робіт по блоку 1.4 аналізу ситуації в економіці регіону (рис. 3.3.) з'ясовується: за якими видами діяльності і товарними групами задіяні підприємства малого бізнесу в цілому по регіону, які розміри та форми суб'єктів малого підприємництва у розрізі кожного виду діяльності (сфери економіки), з них – якими видами і формами міжнародної економічної діяльності представлені підприємства малого бізнесу.

Завдання аналізу при цьому не зводиться до простої констатації факту – одночасно в розрізі зазначених ознак діяльності підприємств малого бізнесу

формується список «проблем» малого бізнесу в регіональній економіці та в її міжнародній економічній сфері.

Далі, співвідносячи «проблеми» підприємств малого бізнесу в регіоні з результатами робіт за етапами 1.1, 1.2, 1.3 аналізу ситуації в регіональній економіці (рис. 3.3.), здійснюють перевірку: чи досягається мети регіональної економіки? Якщо – ні, то стосовно виявлених «проблем» вдаються до дій згідно Блоку 5 – «Прийняття рішень», де, власне, і здійснюється вибір ефективних (інноваційних) форм та видів міжнародної економічної діяльності для підприємств малого бізнесу.

В результаті відшукуються точки дотику «проблем», що дозволяє в подальшому вирішувати їх комплексно, тобто програмувати розвиток міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу у рамках єдиної комплексної програми соціально-економічного розвитку території (Блок 6 – «Програмування»),

Прийняття рішень (Блок 5) зводиться до процедур вибору міжнародних економічних пріоритетів у діяльності малих підприємств регіону.

При цьому оцінюються як інтереси малого підприємства (внутрішньофірмова ефективність), так і регіональна (бюджетна) ефективність (рис. 3.3.).

Слід зазначити, що державні і більшість регіональних програми підтримки малих підприємств, здебільшого, не містять такого виду діяльності, як зовнішньоекономічний, вважаючи, мабуть, що їх значущість у міжнародному торговельному обороті країни незначна.

Однак ситуація щодо активізації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу змінюється в міру економічного зростання і, отже, існує нагальна необхідність науково-обґрунтованої оцінки ролі підприємств малого бізнесу в міжнародній економічній діяльності регіональної економіки як з точки зору приросту бюджетних надходжень ( $\Delta E^{\text{МЕД}}_{\text{бюд.}}$ ), так і з позицій зростання зайнятості населення та заробітної плати працівників підприємств малого бізнесу ( $\Delta \Phi^{\text{МЕД}}_{\text{з/п}}$ ):

$$E^{\text{МЕД}}_{\text{пмб.}}(v^f) = \Delta E^{\text{МЕД}}_{\text{бюд.}}(v^f) + \Delta \Phi^{\text{МЕД}}_{\text{з/п}}(v^f), \quad (3.1.)$$

де:  $E^{\text{МЕД}}_{\text{пмб.}}(v^f)$  – регіональний економічний ефект від участі підприємств малого бізнесу в міжнародній економічній діяльності;

$\Delta E^{\text{МЕД}}_{\text{бюд.}}(v^f)$  – приріст бюджетних надходжень (усіх рівнів) від міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу;

$\Delta \Phi^{\text{МЕД}}_{\text{з/п}}(v^f)$  – приріст фонду заробітної плати підприємств малого бізнесу регіону від участі у міжнародній економічній діяльності;

$(v^f)$  – безліч форм міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу регіону.

Відзначимо, що виділені критерії регіональної ефективності і повинні враховуватись до уваги в процесах прийняття рішень з приводу вибору пріоритетних видів та форм міжнародної економічної діяльності малих підприємств, які діють або проектується в галузевій системі регіонального господарства, які будуть нами розглянуті в наступному пункті цього випускного кваліфікаційного дослідження.

### **3.2. Вибір міжнародних економічних пріоритетів у діяльності підприємств малого бізнесу**

На сьогоднішній день підприємства малого бізнесу мають різні альтернативи міжнародній економічній діяльності і, отже, існує проблема їх вибору з найбільшою результативністю як для регіональної економіки  $\Delta E^{\text{МЕД}}_{\text{бюд.}}(v^f)$ , так і, власне, для малого підприємства  $E^{\text{МЕД}}_{\text{пмб.}}(v^f)$ . У зв'язку з цим важливим є приріст, насамперед, його внутрішньофірмової ефективності від реалізації тієї чи іншої форми міжнародної економічної діяльності. По суті, вирішення даного завдання пов'язане, власне, з процедурою бізнес-планування, що включає аналіз зовнішнього ринку (маркетингові дослідження) та прийняття

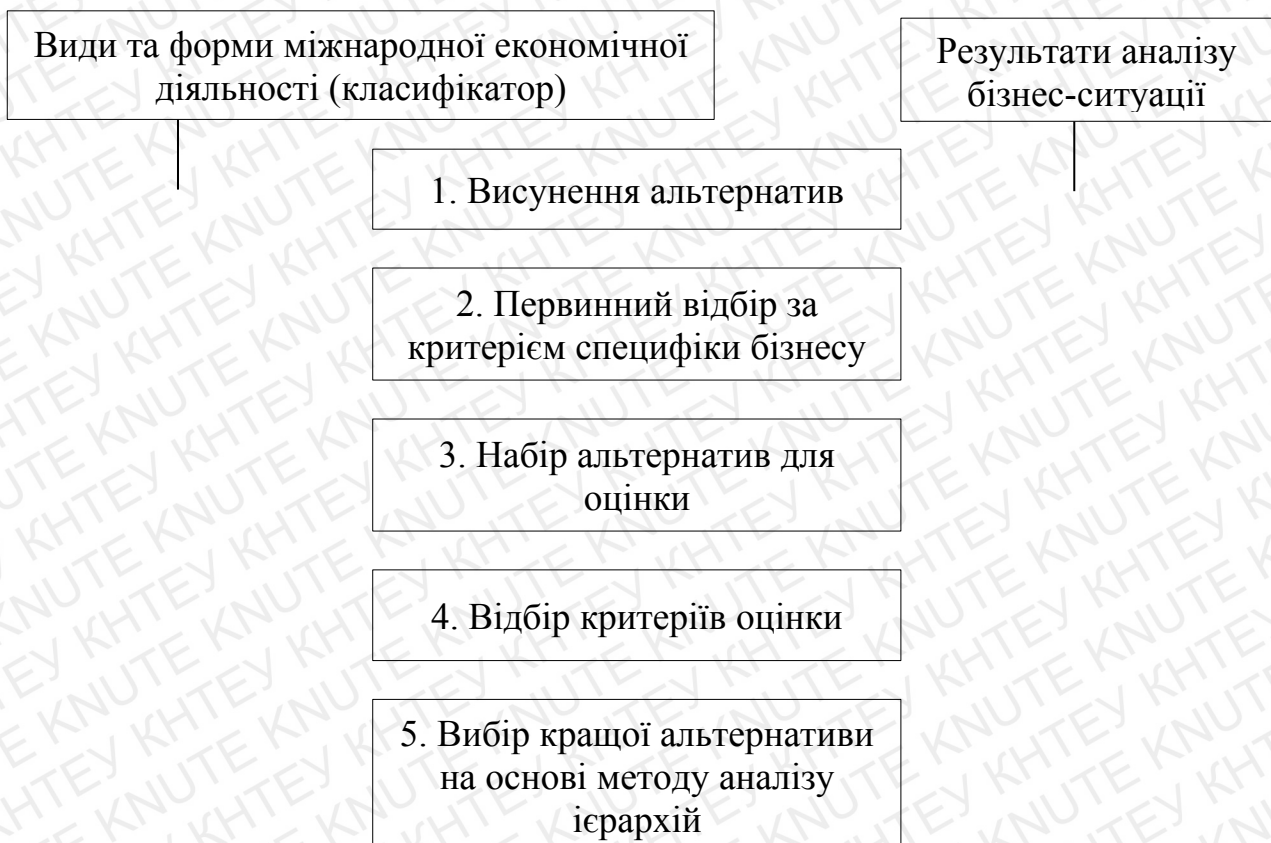
рішення при виборі альтернативних форм та видів міжнародної економічної діяльності.

Розглянемо алгоритм вирішення даного завдання. На наш погляд, технологія вибору пріоритетів міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу є послідовністю наступних етапів (рис. 3.4.).

Початковий набір альтернатив та попередній їх відбір значним чином буде залежати від особливостей нинішньої сфери діяльності конкретного малого підприємства, можливостей його ресурсної бази та наявності потужностей, амбіцій власників бізнесу.

Етап вибору критеріїв оцінки повинен носити більш обґрунтований характер. Проведене нами дослідження дозволяє зробити висновок про те, що критеріями для вибору пріоритетів міжнародної економічної діяльності можуть бути наступні:

- потенційна прибутковість інвестицій;
- величина інвестицій на реалізацію обраної форми міжнародної економічної діяльності;
- життєвий цикл галузі (товару, послуги);
- кваліфікація та досвід в обраній сфері діяльності.



6. Розробка бізнес-плану інвестиційного проекту для обраного напрямку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу

**Рис. 3.4. Структурно-логічна схема процесу вибору пріоритетів у міжнародній економічній діяльності підприємств малого бізнесу**

Для вирішення проблеми вибору при наявності декількох критеріїв можна використовувати метод аналізу ієрархій (МАІ). Даний метод є систематичною процедурою для ієрархічного наведення елементів, що визначають зміст будь-якої проблеми [9, с. 54].

Метод полягає в декомпозиції будь-якої проблеми на більш прості складові частини та у подальшій обробці суджень особи, яка приймає рішення. В результаті може бути виражена відносна ступінь взаємодії елементів в ієрархії. МАІ включає процедури синтезу множинних суджень, отримання пріоритетності критеріїв та знаходження альтернативних рішень.

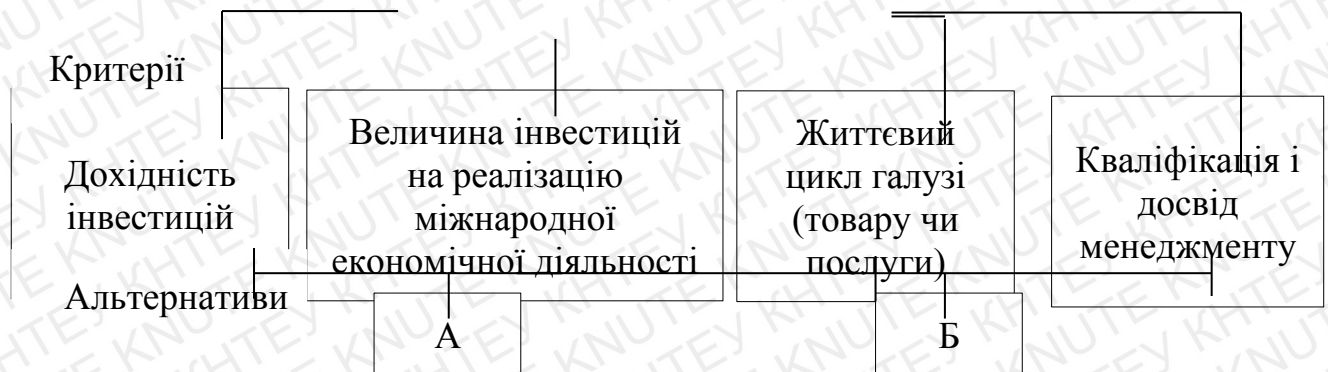
На заключному етапі складається розгорнутий бізнес-план інвестиційного проекту для реалізації обраної альтернативи міжнародної економічної діяльності, що дозволяє уточнити зроблені оцінки, розрахувати потенційні витрати та результати.

Для того, щоб зрозуміти, яким чином запропонована технологія діє на практиці, розглянемо умовний приклад. Отже, у підприємства є дві альтернативи у міжнародній економічній діяльності: а) ліцензійні угоди про передачу ноу-хау; б) франчайзинг.

Необхідно вибрати критерії, яким повинна відповідати обрана альтернатива, а потім оцінити кожну з них відповідно до обраних критеріїв.

Крок 1. Структурування проблеми у вигляді ієрархії. Ієрархія будується з вершини (цілей – з точки зору управління), через проміжні рівні (критерії, від

яких залежать наступні рівні) до найнижчого рівня (перелік альтернатив) (рис. 3.5.).



**Рис. 3.5. Структурування проблеми вибору альтернативи міжнародної економічної діяльності у вигляді ієрархії**

Елементи нижнього рівня ієрархії повинні бути порівнянними по відношенню до елементів наступного рівня і т.д. аж до вершини ієрархії.

Крок 2. Попарне порівняння альтернатив з використанням шкали відносної важливості (табл. 3.1.).

*Таблиця 3.1.*

### Шкала відносної важливості

Інтенсивність відносної важливості	Визначення
1	Однакова важливість
3	Помірна перевага
5	Істотна перевага
7	Значна перевага
9	Дуже сильна перевага
2, 4, 6, 8	Проміжні судження

По діагоналі матриці проставляються одиниці.

Порівнюється відносна важливість лівих елементів з елементами вгорі. Якщо елемент зліва важливіший, від елемента вгорі, то в клітину заноситься ціле число від 1 до 9, в іншому випадку – зворотне число (дріб).



Далі будуються матриці попарних порівнянь для 3 рівня (стільки, скільки критеріїв) (табл. 3.2.).

Таблиця 3.2.

### Матриця попарних порівнянь критеріїв

	Прибутковість інвестицій	Величина інвестицій	Життєвий цикл галузі	Кваліфікація і досвід
Прибутковість інвестицій	1	3	1	1
Величина інвестицій	$\frac{1}{3}$	1	$\frac{1}{4}$	$\frac{1}{3}$
Життєвий цикл галузі	1	4	1	$\frac{1}{2}$
Кваліфікація і досвід	1	3	2	1

Далі будується квадратна матриця попарних порівнянь до рівня 2 (табл. 3.3.).

Таблиця 3.3.

### Матриці попарних порівнянь альтернатив

Прибутковість інвестицій	А	Б	Величина інвестицій в міжнародній економічній діяльності	А	Б
А	1	$\frac{1}{5}$	А	1	4
Б	5	1	Б	$\frac{1}{4}$	1
Життєвий цикл галузі	А	Б	Кваліфікація і досвід	А	Б
А	1	$\frac{1}{3}$	А	1	$\frac{1}{2}$
Б	3	1	Б	2	1

Крок 3. Визначення відносної важливості критеріїв. За даними таблиці 3.2. визначаємо відносну важливість критеріїв. При цьому використовуємо наступні формули:

$$a_i = \sqrt[n]{a_{i1} \times a_{i2} \times \dots \times a_{in}}; \quad (3.2.)$$

$$w_i = a_i / (a_1 + a_2 + \dots + a_n), \quad (3.3.)$$

де:  $w_i$  – ваговий коефіцієнт, що відображає важливість  $i$ -го критерію.

Відносна важливість критеріїв наведена в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

#### Відносна важливість критеріїв

	Прибутковість інвестицій	Величина інвестицій в міжнародну економічну діяльність	Життєвий цикл галузі	Кваліфікація і досвід
А	0,17	0,8	0,25	0,34
Б	0,83	0,2	0,75	0,66

4. Визначення відносної важливості альтернатив. Локальні пріоритети (табл. 3.3.) множаться на пріоритет відповідного критерію на вищому рівні та підсумовуються за всіма критеріями.

$$W_A = 0,29 \times 0,17 + 0,09 \times 0,8 + 0,27 \times 0,25 + 0,35 \times 0,34 = 0,31$$

$$W_B = 0,29 \times 0,83 + 0,09 \times 0,2 + 0,27 \times 0,75 + 0,35 \times 0,66 = 0,69.$$

У підсумку отримуємо таблицю 3.5.

Таблиця 3.5.

#### Локальні пріоритети критеріїв

Критерії	А	В
Прибутковість інвестицій	1,316	0,29
Величина інвестицій в міжнародну економічну діяльність	0,408	0,09
Життєвий цикл галузі	1,189	0,27
Кваліфікація і досвід	1,565	0,35
$\Sigma$	4,478	1

Таблиця 3.6.

#### Відносна важливість альтернатив

Альтернатива	W	Пріоритет
А	0,31	2
Б	0,69	1

5. Визначення узгодженості локальних пріоритетів

$$1. X_{\max} = \sum_j (\sum_i a_{ij}) \times w_j, \quad (3.4.)$$

Використовуючи таблицю, знаходимо  $X_{\max}$ :

$$\text{Прибутковість інвестицій} \rightarrow (1 + \frac{1}{3} + 1 + 1) \times 0,29 = 0,97$$

$$\text{Величина інвестицій} \rightarrow (3 + 1 + 4 + 3) \times 0,09 = 0,99$$

$$\text{Життєвий цикл галузі} \rightarrow (1 + \frac{1}{4} + 1 + 2) \times 0,27 = 1,15$$

$$\text{Кваліфікація і досвід} \rightarrow (1 + \frac{1}{3} + \frac{1}{2} + 1) \times 0,35 = 0,99$$

6. Індекс узгодженості (IY):

$$IY = \frac{X_{\max} - n}{n - 1}, \quad (3.5.)$$

де:  $n$  – число порівнюваних елементів.

$$IY = \frac{4,1 - 4}{3} = 0,033,$$

7. Відношення узгодженості (BY):

$$BY = \frac{IY}{BY}, \quad (3.6.)$$

де: BY – випадкова узгодженість, яка знаходиться з таблиці 3.7.

*Таблиця 3.7.*

#### Визначення випадкової узгодженості

Розмір матриці	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45

Оскільки розмір матриці дорівнює 4, тоді  $BY = 0,9$ .

$$\text{Отже, } BY = \frac{0,033}{0,9} = 0,037 = 3,7 \%$$

Слід також зазначити, що BY має бути не більше 10 %. Якщо дана умова не виконується, то необхідно заново дослідити завдання і перевірити свої

судження.

Оскільки  $3,7 \% < 10 \%$ , то немає необхідності досліджувати задачу заново.

Отже, з результатів аналізу і, зокрема з таблиці 3.7., видно, що обраним критеріям найбільше відповідає альтернатива Б. Тому доцільно розробити бізнес-план інвестиційного проекту франчайзингу.

Таким чином, відповідно до постановленого завдання вибору кращих видів та форм міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу регіональної економіки (формула 3.1.), нами запропоновано методичне забезпечення вибору пріоритетних (інноваційних) форм міжнародної економічної діяльності малого бізнесу регіону за критерієм приросту бюджетної ефективності від господарської діяльності підприємств малого бізнесу в галузевому та видовому розрізі міжнародної економічної діяльності, а також приросту внутрішньофірмової ефективності підприємств малого бізнесу з пріоритетних напрямів міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Отриманий інструментарій прийняття раціональних організаційно-економічних рішень у сфері міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу регіону доцільно використовувати і при формуванні регіональних програм розвитку міжнародної економічної діяльності, як інструментарію державної підтримки розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого і середнього підприємництва.

Наведені вище теоретико-методологічні узагальнення та проектне забезпечення активізації міжнародної економічної діяльності регіональних суб'єктів малого підприємництва логічно припускають дослідження питання про державну підтримку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в аспекті її інноваційної складової.

Як ми вже зазначали, зростання міжнародної економічної активності суб'єктів малого бізнесу в умовах глобальних трансформацій, з урахуванням соціальної та макроекономічної значущості, вимагає виділення в системі

державного регулювання економіки та зовнішньоекономічної сфери такої підсистеми, як державне регулювання міжнародної економічної діяльності малого бізнесу. Цілі даного регулювання визначено принципом раціонал-протекціонізму, який передбачає:

- забезпечення захисту інтересів малих підприємств у міжнародній економічній діяльності;
- надання підтримки у створенні ефективної інфраструктури міжнародної економічної підприємницької діяльності;
- захист малих підприємств, що здійснюють свою діяльність на національному ринку, від іноземних імпортерів;
- сприяння в досягненні конкурентних переваг малими фірмами, які працюють на експорт наукомісткої продукції;
- стимулювання створення малих транснаціональних корпорацій та ін.

Проведене вище теоретико-методичне дослідження можливості активізації міжнародної економічної діяльності суб'єктів малого підприємництва вписується в нову схему державної підтримки міжнародної економічної активності підприємств малого бізнесу на різних рівнях ієрархії економічної системи. При цьому ми маємо всі передумови до побудови моделі інтернаціоналізації вітчизняних малих фірм з підведенням адекватного забезпечення її розвитку на державному рівні.

У контексті проведеного аналізу розвитку міжнародної економічної діяльності малого бізнесу в Україні можна виділити ряд напрямків побудови моделі його подальшої інтернаціоналізації:

- 1) активізація формування імпортозаміщуючого сектора малого бізнесу, що є пріоритетом в коротко- і середньостроковій перспективах з урахуванням випереджаючого зростання імпортних поставок в Україні переважно товарів споживчого призначення (близько 60 % імпорту) на тлі зменшення добробуту населення і попиту. Даний напрямок може бути реалізовано за допомогою придбання сучасного обладнання для малих фірм, які здійснюють виробництво товарів споживчого призначення по каналах:

– імпорту (враховуючи, що для 84,8 % малих підприємств України основним джерелом фінансування поточної діяльності є власний прибуток). Відповідно, тут державна підтримка міжнародної економічної діяльності повинна бути зведена до інформаційного забезпечення учасників про потенційних іноземних контрагентів – прямих виробників/постачальників обладнання, консультаційної допомоги з ведення ділової переписки та переговорів, договірною забезпечення, проходження адміністративних формальностей в рамках митно-банківського контролю, надання пільг зі сплати внутрішніх податків та зборів і т.п.;

– імпортного лізингу (з метою економії та скорочення виплати одноразової суми в рахунок придбання обладнання). Проблеми використання міжнародного лізингу в практиці вітчизняних підприємств досі не врегульовані не в повній мірі на законодавчому рівні, а механізм проголошених пільг не врегульований на практичному рівні, що вимагає: полегшення митних процедур використання лізингу, систематизації та чіткості застосування механізму оподаткування даних операцій, в тому числі і для суб'єктів малого бізнесу;

– створення підприємств за участю іноземного капіталу подібних (малих) компаній, орієнтованих на ємний вітчизняний ринок та задоволення його потреб. Наприклад, мова може йти про організацію торгових об'єднань малих фірм, спільні зусилля яких спрямовані на збут продукції, або спільних виробничих підприємств з метою налагодження спільного виробництва продукції і т.п. В даному випадку мова йде про пряме зарубіжне інвестування, підтримка якого повинна базуватися на пільговому порядку створення (правила істеблїшменту), оподаткування (включаючи митні пільги, податкові канікули і т.п.), оренди виробничих і торгових площ (адміністративні пільги);

2) розширення експортної активності малого бізнесу України

а) в цілому, незалежно від галузевої приналежності, шляхом:

1. Розширення прямого експорту підприємств малого бізнесу. При цьому актуальним буде розвиток експортно-орієнтованих підприємств малого бізнесу

у сфері обслуговування міжнародної економічної діяльності основних суб'єктів, тобто страхових, транспортно-експедиторських, сюрвеєрських і т.п. фірм. Одночасно, розширення експорту малих підприємств вимагає з боку держави використання таких заходів підтримки, як: інформаційна, консультаційна, інфраструктурна, маркетингова, адміністративна, фінансова і т.д., які в комплексі можуть бути реалізовані за допомогою розробки цільових програм сприяння експортній діяльності підприємств малого бізнесу як на державному, так і на регіональному рівнях. Прийнятним інструментом таких програм, на нашу думку, може стати конкурсний відбір «малих» експортерів, які отримують підтримку. Проведення даного конкурсу орієнтоване на отримання даних, що характеризують стан експортної активності суб'єктів підприємств малого бізнесу у галузевому, регіональному розрізах та ефективності їх підтримки. Методом проведення конкурсу є метод ранжування підприємств малого бізнесу за такими критеріями, як:

- галузева приналежність підприємств малого бізнесу (слід орієнтуватися на високотехнологічний сектор та інноваційно-активні підприємства);
- обсяги експортних поставок та їх приріст;
- кількість країн, що імпортують продукцію підприємств малого бізнесу;
- кількість іноземних контрагентів та їх приріст;
- оновлення асортименту експортної продукції;
- кількість заходів зі стимулювання збуту;
- кількість співробітників, зайнятих у експортних операціях.

Збір даних здійснюється на основі анкетування підприємств малого бізнесу, вибудовування їх у порядку убутку показників та суміщення всіх показників у рамках однієї матриці.

Результати такого конкурсу, отримані на основі оцінки й узагальнення кількісних показників, можуть бути використані для виявлення та обліку в державній політиці якісних особливостей експортної активності підприємств малого бізнесу;

2. Використання кооперативних форм виходу на ринки збуту (експортні синдикати, консорціуми, товариства зарубіжних продажів, об'єднання економічних інтересів і т.п.). В даному випадку державна підтримка орієнтована незалежно від організаційно-правової та договірної форм реалізації на розширення експортних можливостей підприємств малого бізнесу і, відповідно, представлена вже виділеними вище інструментами;

б) у високотехнологічному секторі за рахунок:

1. Розвитку системи субконтрактації малого і великого бізнесу, включаючи реалізацію проектів аутсорсингу науково-дослідних функцій великих фірм на рівень малих, проектів спільного науково-дослідного співробітництва (ODM, OEM), розвитку франчайзингової мережі малих фірм у сфері збуту й обслуговування високотехнологічної продукції (CEM). Виділений напрям свідчить, що така традиційна форма міжнародної економічної діяльності, як експорт може бути реалізована лише при активізації залучення підприємств малого бізнесу в прогресивні види та форми міжнародної економічної діяльності, що вимагає з боку держави комплексного й виваженого підходу до вибору інструментів впливу на них і може бути реалізовано в рамках програмного підходу.

2. Залучення підприємств малого бізнесу в зовнішню торгівлю технологіями, що може бути забезпечено з боку держави формуванням системи венчурного фінансування, в тому числі у рамках певних територій – науково-технічних парків, техніко-впроваджувальних зон, – із застосуванням системи інструментів адміністративного та економічного регулювання. Незважаючи на чинну нині нормативно-правову базу регулювання створення подібних територій, потенціал їх розвитку й досі визначається перевагами, що сформувалися за часів УРСР. Така ситуація, на наш погляд, може бути пояснена наявністю інформації та акцентом на наслідки діяльності без урахування передумов їх формування та відсутністю загальноприйнятої методики оцінки готовності території до створення й освоєння науково-технічних знань та інновацій.



В даному контексті на державному рівні повинна бути розроблена єдина методика оцінки готовності території до отримання статусу «науково-технічний парк». При цьому, на наш погляд, доцільно використовувати вже апробовану в США методику побудови класифікаторів – Стандартного галузевого класифікатора та Зведеної регіональної (міської) зони. У першому класифікаторі по галузях проводиться аналіз кількості нововведень, у другому – аналіз кількості нововведень по регіонах (містах) з урахуванням чисельності, а також коефіцієнта нововведень, що розраховується в розрахунку на 100 тис. жителів [56, с. 26-27].

Поєднання двох класифікаторів здійснюється в моделі, що імітує просторову складову і сам продукт:

$$I_{si} = IRD^{\beta_1} \times UR_{si}^{\beta_2} \times (UR_{si} \times G_{si} C_{si}^{\beta_3}) \times \varepsilon_{si}, \quad (3.7.)$$

де:  $I$  – ввідний інноваційний ресурс;

$IRD$  – витрати приватної компанії на НДДКР;

$UR$  – витрати на НДДКР університетів;

$GC$  – кількість співпадінь напрямків НДДКР в університетах та компаніях, розташованих в одній географічній зоні;

Об'єкт спостереження для розрахунків просторової складової – рівень штату, (галузі).

Результатом розв'язання рівняння загалом було зміщення функції створення знання від фірми як об'єкта спостереження до географічної одиниці. [56, с. 25].

Модель функції знання містить у прихованій формі припущення про те, що нововведеннями займаються в регіонах, які мають найбільший запас ресурсів, і здатні безпосередньо створювати знання. Саме ці регіони є найбільшим джерелом його поширення.

Для того, щоб мати достовірний показник ступеня концентрації нововведень у конкретній галузі з чотиризначного Стандартного галузевого

класифікатора в межах будь-якого географічного регіону, Д.Б. Одретч розрахував коефіцієнти Джині для географічної концентрації нововведень. Як результат – виділяються регіони, найбільш активні щодо створення й розповсюдження знань та нововведень, які вимагають підтримки з боку держави.

Дану модель відповідно до проблематики нашого дослідження, можна доповнити урахуванням таких показників, як: кількість підприємств у галузі/регіоні, в тому числі малих; кількість створених підприємствами малого бізнесу нововведень; обсяг фінансування НДДКР на підприємствах малого бізнесу; коефіцієнт інноваційної активності підприємств малого бізнесу (розраховується як відношення нововведень до чисельності підприємств малого бізнесу).

В результаті визначається можливість з боку малого бізнесу формувати інноваційний імідж галузі й території. При виявленні скупчення інноваційно-активних підприємств у галузі – формується кластер, який відносно регіону функціонування такого кластера формує його конкурентоспроможність в міжнародному економічному просторі. Підтримка даної конкурентоспроможності в координатах «фактори виробництва – умови попиту – конкуренція в галузі – суміжні та підтримуючі галузі» сприятиме економічному зростанню в регіоні та підвищенню рівня життя населення [61].

Далі система державної підтримки формується з традиційних і загальноприйнятих інструментів:

а) державного фінансування НДР двома методами: субсидування, на яке фірми подають заявки (іноді в рамках такої системи передбачається «поновлюваний фонд», тобто фірми зобов'язані повертати частину отриманих коштів за рахунок своїх доходів від новинок); та пільгового оподаткування (податкові канікули, інвестиційний податковий кредит, спрощена система оподаткування тощо);

б) цільового програмування інноваційного розвитку підприємств малого бізнесу;

в) зниження адміністративних бар'єрів і т.д.

Таким чином, виділені напрямки підвищення ступеня інтернаціоналізації малого бізнесу в Україні сприяють активізації його участі у всіх видах та формах міжнародної економічної діяльності характерних для сучасного розвитку розвинених держав.

Одночасно, даний процес реалізується всупереч загальноприйнятій у нашій країні стратегії розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, орієнтованій на переважання традиційних торговельних видів та форм міжнародної економічної діяльності: основу ефективного функціонування підприємств малого бізнесу з урахуванням впливу мегасередовища складають прогресивні види і форми міжнародної економічної діяльності, тоді як реалізація конкурентних переваг підприємств малого бізнесу може відбуватися за рахунок реалізації й нарощування традиційних видів та форм. Тобто, зростання міжнародної економічної активності підприємств малого бізнесу в торговельній сфері визначається розширенням його інтеграції в інвестиційні, науково-технічні та інноваційні форми міжнародного співробітництва. Авторська версія даного твердження наведена на рисунках 3.6. та 3.7., де ефективність функціонування малих підприємств взаємопов'язана з активним розвитком їх міжнародної економічної діяльності.

Розвиток міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу

Ефективне функціонування підприємств малого бізнесу

Прогресивні види міжнародної економічної діяльності

Міжнародне інвестиційне співробітництво

Міжнародне науково-технічне співробітництво

Міжнародне виробничо-технічне співробітництво

Диверсифікація форм міжнародної економічної діяльності, характерних для підприємств малого бізнесу

Зростання міжнародної економічної активності підприємств малого бізнесу

Традиційні/торговельні форми міжнародної економічної діяльності

**Рис. 3.6. Взаємозв'язок ефективного функціонування і міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в різних видах і формах**

Даний факт зумовлює необхідність більш чіткого структурування та надання комплексності наведеним вище інструментам державної підтримки міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу. При цьому досвід зарубіжних країн, а також наведені нами міркування наголошують на переважно економічному характері такої підтримки. Крім того, реформи, які проводяться в Україні в останні роки свідчать про «перенесення» центру ваги із «державного – на регіональний та місцевий рівень», у зв'язку з чим змінюється відношення до державної підтримки малого бізнесу в Україні.



Вибір інструментів регулюючого впливу на підприємства малого бізнесу з метою активізації їх міжнародної економічної діяльності

Розподіл обов'язків та ресурсів по конкретних виконавцях

Оцінка отриманих результатів (опитування, анкетування підприємств, аналіз офіційної статистики)

**Рис. 3.7. Алгоритм використання програмування в рамках створення системи державної підтримки міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні**

Зауважимо, що головним інструментом, що дозволяє задіяти всі заходи державної підтримки, а також ресурси різних рівнів, а також вирізняється комплексним характером та чіткою структуризацією у зв'язку із детальним викладом основних цілей і завдань, окреслених для реалізації конкретними органами державної влади у певній сфері, на нашу думку, виступає програмування.

Використання даного інструменту відносно досліджуваної проблематики може бути реалізовано за авторським алгоритмом (рис. 3.7.).

Даний алгоритм був орієнтований нами на використання регіональними органами влади при формуванні проектів програм соціально-економічного розвитку, в яких розділ, присвячений розвитку малого й середнього підприємництва, може містити заходи й механізми (інструментарій) активізації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в розрізі галузей господарства, видів та форм міжнародної економічної діяльності.

**3.3. Рекомендації щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» та прогнозна оцінка їх ефективності**

Посилення конкуренції на світових ринках вимагає від експортоорієнтованих підприємств своєчасного реагування на технічні, економічні й інформаційні зміни, які відбуваються в сучасній ринковій економіці, а також прийняття та вжиття відповідних заходів для підтримки своїх конкурентних переваг.

Для ефективної міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» слід враховувати світові тенденції виробництва та споживання електромонтажного обладнання, серед яких необхідно виділити:

- загострення конкуренції на світовому ринку в зв'язку з нарощуванням виробництва зазначеної продукції країнами Азії, у першу чергу Китаєм;
- висока динамічність ринків сировини, наявність значної кількості факторів, які впливають на кон'юнктуру ринку (рівень розвитку галузей, які використовують електромонтажне обладнання; зростання або скорочення попиту на дану продукцію; зміна економічної ситуації на ринку споживання; захист внутрішніх ринків; діяльність конкурентів і т.д.);
- підвищення вимог до якості електромонтажного обладнання.

Отже, щоб утримати свої позиції на світових ринках ТОВ «Енерпроф Груп» необхідно вживати заходів щодо зниження цін на експортну продукцію. Для цього необхідно провести комплексний аналіз складових собівартості та окреслити шляхи їх зниження; здійснити інноваційні перетворення в технології, виробництві; постійне поліпшення якості та збільшення асортименту продукції може бути досягнуто шляхом маркетингових досліджень ринку електромонтажного обладнання з метою виявлення товарів, які користуються найбільшим попитом, щоб визначити необхідні заходи для досягнення максимальної якості продукції за незмінної ціни.

Нами пропонуються наступні напрямки розвитку експортної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп»:

1. Організація заходів щодо освоєння нових та розширення існуючих ринків збуту, залучення нових користувачів електромонтажного обладнання.

Це можливо за умови підвищення конкурентоспроможності продукції шляхом поліпшення її якості, здійснення робіт щодо її сертифікації відповідно до світових стандартів, активізації маркетингової діяльності, створення товаропровідних мереж, діяльність яких сприятиме розширенню кола потенційних споживачів електромонтажного обладнання, що призведе до зростання обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп».

2. Удосконалення системи організації управління експортною діяльністю ТОВ «Енерпроф Груп». В сучасних умовах вимагають розвитку такі елементи системи, як маркетингова стратегія збуту, підсистема транспортування товарів, економічне обґрунтування управлінських рішень у сфері експортної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».

3. Створення транспортно-логістичної системи, яка дозволяє оптимізувати й упорядкувати процеси, пов'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп».

4. Активна участь підприємства у спеціалізованих виставках і ярмарках.

Економічне обґрунтування доцільності вкладання коштів ТОВ «Енерпроф Груп» у виставково-ярмаркову діяльність можна розрахувати за допомогою економетричної моделі.

Запропоновано визначення залежності між прибутком та витратами на виставково-ярмаркову діяльність на основі моделі розподіленого лагу, яка в загальному вигляді записується так:

$$y_t = \sum_{\tau=0}^{\infty} a_{\tau} x_{t-\tau} + u_t, \quad (3.8.)$$

де:  $a_{\tau}$  – параметри моделі при лагових змінних;

$x_{t-\tau}$  – витрати на виставково-ярмаркову діяльність у період  $x_{t-\tau}$ ;

$y_t$  – прибуток підприємства в період  $t$ ;

$\tau$  – період зрушення часу;

$u_t$  – залишки, що характеризують відхилення розрахункового рівня прибутку на основі моделі від фактичного в період  $t$ .

Відомо, що витрати коштів на виставково-ярмаркову діяльність можуть дати ефект для ТОВ «Енерпроф Груп» лише через певний проміжок часу  $\tau$  (лаг).

Для теоретичного та практичного обґрунтування цього лагового параметра пропонується використати кореляційну функцію. Вона характеризує тісноту зв'язку кожного значення чистого прибутку ( $y_t$ ) з елементом вектора витрат  $x_t$ , зсунутим один відносно одного на часовий лаг  $\tau$ .

$$r(\tau) = \frac{(n-\tau) \sum_{t=1}^{n-\tau} y_t x_{t-\tau} - \sum_{t=1}^{n-\tau} y_t \cdot \sum_{t=1}^{n-\tau} x_{t-\tau}}{\sqrt{\left[ (n-\tau) \sum_{t=1}^{n-\tau} y_t^2 - \left( \sum_{t=1}^{n-\tau} y_t \right)^2 \right] \left[ (n-\tau) \sum_{t=1}^{n-\tau} x_{t-\tau}^2 - \left( \sum_{t=1}^{n-\tau} x_{t-\tau} \right)^2 \right]}}, \quad (3.9)$$

Для різних значень  $\tau$  на основі взаємної кореляційної функції визначаються  $n+1$  значення  $r(\tau)$ .

Побудована корелограма цих значень кореляційної функції дала можливість визначити період запізнення отримання чистого прибутку в ТОВ «Енерпроф Груп» щодо вкладених коштів. Цей період складає:  $\tau = 3$ , тобто між чистим прибутком та витратами на виставково-ярмаркову діяльність існує часовий лаг у три квартали.

На основі даних ТОВ «Енерпроф Груп» нижче буде побудована лагова економетрична модель виду:

$$y_t = a_0 + a_1 x_{1t-3} + a_2 x_{2t-3}, \quad (3.10.)$$

де:  $y_t$  – чистий прибуток у період  $t$  (тис. грн.);

$x_{1t-3}$  – витрати на виставково-ярмаркову діяльність з лагом  $\tau = 3$  (грн.);

$x_{2t-3}$  – питома вага витрат на виставково-ярмаркову діяльність у рекламному бюджеті (%).

Оскільки оцінюються параметри лагової моделі, коли вихідна інформація може мати помилки вимірювання, то доцільно застосувати метод

$$\hat{A} = (Z'X)^{-1} Z'Y$$



інструментальних змінних, матричний оператор оцінювання за цим методом запишеться:

$$, (3.11.)$$

де:  $\hat{A}$  - вектор оцінок параметрів моделі:

$$\hat{A} = \begin{pmatrix} \hat{a}_0 \\ \hat{a}_1 \\ \hat{a}_2 \end{pmatrix}$$

$Z'$  – матриця транспонована до матриці  $Z$ , де  $Z$  – матриця інструментальних змінних;

$X$  – матриця витрат та питомих витрат на виставково-ярмаркову діяльність (матриця пояснювальних змінних);

$Y$  – вектор чистого прибутку, залежна змінна.

Отже, завершена економетрична модель для ТОВ «Енерпроф Груп» має вигляд:

$$\hat{y}_t = -30,62 + 0,73x_{1t-3} + 4,13x_{2t-3}$$

(5,70) (0,23) (1,69)

$$R^2 = 0,951; \quad R = 0,975; \quad F = 167,62$$

Зауважимо, що в дужках під оцінками параметрів моделі приведені їхні стандартні похибки.

F- критерій, коефіцієнти детермінації ( $R^2$ ) та (R) також свідчать про достовірність рівняння зв'язку чистого прибутку з витратами на виставково-ярмаркову діяльність та часткою цих витрат у рекламному бюджеті Товариства. Оцінки параметрів цього рівняння зв'язку є достовірними. Отже, можна зробити наступні висновки:

- якщо витрати на участь у виставково-ярмарковій діяльності збільшаться на 1 тис. грн. за умови, що їх частка у рекламному бюджеті не зміниться, то чистий прибуток зростатиме у середньому на 0,73 млн. грн.;
- якщо частка коштів на організацію та участь у виставках/ярмарках у рекламному бюджеті зросте на 1 % за сталої суми загальних витрат, то чистий прибуток збільшиться на 4,13 млн. грн.

Розраховані данні економетричної моделі для ТОВ «Енерпроф Груп» свідчать про ефективність вкладання коштів у виставково-ярмаркову діяльність.

Для отримання максимальної кількості прибутку від впровадження в Товаристві виставково-ярмаркової діяльності, необхідно визначити найбільш економічно ефективну кількість зазначених заходів, після участі в яких підприємство отримає максимальний результат. З цією метою в роботі розроблено модель підтримки прийняття рішень щодо участі у виставково-ярмарковій діяльності, яка розв'язується методом спряжених градієнтів. Ця модель оптимізує ефект від виставково-ярмаркової діяльності за певною її структурою, якщо витрати на цю діяльність не перевищують виділених Товариством коштів. Математична постановка задачі в моделі вимагає кількісної оцінки ефекту від кожного виду виставки/ярмарку, що є проблематичним. Для цього розроблено рейтинги виставок/ярмарків, які базуються на комплексі цілей, заради яких підприємство бере участь у тій чи іншій виставці/ярмарку. Якщо позначити рейтинг цілей кожної виставки через  $\beta_j$ , а рейтинги різних виставок/ярмарків за масштабом їх організації та функціонування через  $\alpha_i$ , то рейтинг виставки можна записати так:

$$\alpha_i = \frac{\sum_{j=1}^m a_{ij} \beta_j}{\sum_j \beta_j}, \quad (3.12.)$$

де:  $\alpha_i$  – рейтинг виставки/ярмарку,  $\beta_j$  рейтинг цілей кожної виставки/ярмарку;

$i$  – номер виставки ( $i = \overline{1, k}$ );

$j$  – номер цілі виставки ( $j = \overline{1, m}$ ).

Математична модель оптимального вибору виставково-ярмаркової діяльності запишемо у вигляді задачі цілочисельного математичного програмування:

$$f(x) = \sum_{i=1}^k \alpha_i x_i \rightarrow \max$$

за умов, що

$$\sum_{i=1}^k c_i x_i \leq c, \quad x_i \geq k, \quad x_i - \text{цілі числа.}$$

Розглянемо для ТОВ «Енерпроф Груп» можливість участі в 4 видах виставках/ярмарках:

- 1) регіональних;
- 2) міжрегіональних
- 3) національних;
- 4) міжнародних;

Оскільки розглядається 4 види виставок/ярмарків, кожна з яких відповідає 4 цілям, а кожна ціль має певну питому вагу в залежно від рівня виставки/ярмарку, то конкретизувати записану вище модель можна наступним чином:

$$S(x) = \left( \sum_i D_1 x_1^2 + \sum_i \sum_l S_i S_l x_i x_l r_{il} \right)^{0,5} \rightarrow \min \quad (3.13.)$$

за умов, що

$$\sum_j \alpha_j x_j \geq R, \quad \sum_j x_j \geq A,$$

$x_i$  – цілі числа ( $i = \overline{1, k}$ ), ( $j = \overline{1, m}$ ).

У даній моделі:

$S(x)$  – ризик ефекту залежно від кількості організованих виставок/ярмарків ( $x$ );

$D_i$  – дисперсія ефекту  $i$ -ї виставки/ярмарку;

$S_i$  – стандартне відхилення  $i$ -ї виставки/ярмарку (ризик виставки/ярмарку);

$r_{il}$  – коефіцієнт кореляції ефекту від  $i$ -го та  $l$ -го видів виставок/ярмарків;

$R$  – загальний економічний ефект,

$A$  – кількість всіх виставок/ярмарків.

Конкретизуємо математичну модель мінімізації ризику для чотирьох видів виставок/ярмарків, які може організувати ТОВ «Енерпроф Груп»:

$$S(x) = (D_1 x_1^2 + D_2 x_2^2 + D_3 x_3^2 + D_4 x_4^2 + 2x_1 x_2 S_1 S_2 r_{12} + 2x_1 x_3 S_1 S_3 r_{13} + 2x_1 x_4 S_1 S_4 r_{14} + 2x_2 x_3 S_2 S_3 r_{23} + 2x_2 x_4 S_2 S_4 r_{24} + 2x_3 x_4 S_3 S_4 r_{34})^{0,5} \rightarrow \min$$

за умов, що

$$\alpha_1 x_1 + \alpha_2 x_2 + \alpha_3 x_3 + \alpha_4 x_4 \geq R,$$

$$x_1 + x_2 + x_3 + x_4 \geq 11,$$

$$x_1; x_2; x_3; x_4 - \text{цілі числа } \hat{c}.$$

Результати розв'язання цієї задачі для ТОВ «Енерпроф Груп» такі:

1) якщо підприємство візьме участь у кожній з чотирьох видів виставок по одному разу, то загальний ефект складатиме 28,38 од., а ризик дорівнюватиме 5,41, тобто економічний ефект може коливатись у межах від 22,97 до 32,79 одиниць;

2) якщо підприємство візьме участь у міжнародних виставках/ярмарках два рази, національних – чотири рази, міжрегіональних – три та регіональних (місцевих) теж три рази, то економічний ефект складатиме 79,88 од., а ризик дорівнюватиме 9,68, тобто ефект коливатиметься у межах від 70,2 од. до 89,56 одиниць.

Звідси видно, що у другому варіанті економічний ефект зростає у 3 рази, а ризик втрати ефекту збільшиться лише в 1,75 раза. Це свідчить про те, що за наявності коштів підприємству доцільно вкладати їх у ту кількість виставок/ярмарків, яка розглядається у другому варіанті.

Реалізація даних заходів призведе до підвищення ефективності експортної діяльності досліджуваного підприємства.

Ключовим фактором успіху міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» є використання обґрунтованої інформації. Її формування найбільш доцільне у вигляді системи моніторингу ринку, організаційні та методичні основи якої забезпечують ефективне об'єднання даних для

отримання, оцінки та поширення актуальної інформації, обумовленої цілями та стратегією підприємства.

Таким чином, на розвиток міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» в майбутньому будуть впливати наступні фактори: високий рівень експортної орієнтації галузі; високий рівень конкуренції. Лише підвищуючи ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємство зможе вижити в конкурентній боротьбі. Провівши аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» та провівши оцінку її ефективності ми віднайшли ряд недоліків в роботі підприємства, а саме:

1. Основним джерелом формування майна ТОВ «Енерпроф Груп» є його поточні зобов'язання, які на кінець 2017 р. замають в структурі пасивів 88,6 %, проти 11,4 % власного капіталу, що є негативним фактором, тому що це говорить про нераціональність структури балансу Товариства та про ризик втрати фінансової стійкості.

Для забезпечення постійного рівня фінансової стійкості та стабільного функціонування підприємства у подальшому менеджерам Товариства необхідно здійснювати постійне, якісне управління фінансовою стійкістю.

Процес управління фінансовою стійкістю ТОВ «Енерпроф Груп» повинен складатися з наступних етапів:

- аналізу абсолютних та відносних показників фінансової стійкості підприємства;
- розробки стратегії управління фінансовою стійкістю та втіленням її на практиці (стратегія відновлення фінансової стійкості, стратегія підтримки фінансової стійкості та стратегія стійкого зростання);
- планування фінансової стійкості;
- контролю реалізації стратегії та прогнозування майбутнього рівня фінансової стійкості.

Проблему підвищення фінансової стійкості Товариства можна вирішити передусім за рахунок збільшення наявності власних оборотних коштів, що досягається в процесі збільшення обсягу реалізації якісної продукції, виконаних

робіт і наданих послуг, розмірів прибутку та підвищення рівня прибутковості підприємства в цілому.

На сьогоднішній день одним із способів підтримання рівня фінансової стійкості на високому рівні є диверсифікація діяльності.

Конкуренція на ринках товарів та послуг, а також на світових товарних ринках залишається на дуже високому рівні, тому для підприємства є вигідним використати будь-яку нову можливість для того, щоб покращити своє становище та позицію на конкретному ринку відповідної країни.

Такою новою можливістю може стати вільна ніша, що здатна принести хоч якийсь прибуток та вигоду ТОВ «Енерпроф Груп», а тому підприємство повинно якнайшвидше віднайти та зайняти цю нішу, адже вона негайно заповниться конкуруючими суб'єктами економіки. Позитивним аспектом такої диверсифікації є те, що за збитковості основного виду діяльності у зв'язку з конкуренцією, кризою, дефіцитом ресурсів чи іншими можливими факторами вирівняти положення може додаткова діяльність. Процес вирівнювання полягає в тому, що підприємство направляє частину фінансових ресурсів із допоміжних видів діяльності в основну, підтримуючи тим самим необхідний рівень фінансової стійкості.

Крім диверсифікації діяльності шляхами покращання фінансової стійкості ТОВ «Енерпроф Груп» можуть бути:

– по-перше, вдосконалення виготовлюваної продукції, виконуваних робіт та надаваних послуг, підвищення якості продукції та впровадження нового асортименту та номенклатури, тим самим збільшуючи споживчий попит, що призведе до зростання прибутків підприємства і тим самим збільшення наявних власних оборотних коштів;

– по-друге, проведення аналізу платоспроможності та фінансової стійкості покупців продукції, для того щоб уникнути ситуації неповернення коштів за реалізовану продукцію, виконані роботи чи надані послуги або обумовлювати передоплату в договорах купівлі-продажу та доставки продукції,

що дасть можливість підприємству частково фінансувати виробництво за рахунок цих коштів;

– по-третє, для гарантування стабільної діяльності застосування системи страхування, зокрема страхування відповідальності, страхування майна;

– по-четверте, постійне вдосконалювання методів праці, підвищення кваліфікації кадрів та, за можливості, використання позитивного досвіду ведення фінансово-господарської діяльності на інших підприємствах, що дасть змогу підвищити продуктивність праці на підприємстві, зекономити ресурси та виготовити більший обсяг продукції.

2. Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Енерпроф Груп» протягом аналізованого періоду має тенденцію до зростання, так в порівнянні 2017 р. з 2013 р. темп росту склав 154 %, або +3309 тис. грн.

Основним джерелом зниження собівартості продукції Товариства є зростання продуктивності праці. Це обумовлюється тим, що, по-перше, за рахунок зростання продуктивності праці досягається економія заробітної плати, так як зростання продуктивності праці призводить до скорочення витрат на виробництво продукції, а по-друге, завдяки зростанню продуктивності збільшується випуск продукції, за рахунок чого досягається зниження собівартості продукції шляхом економії непропорційних витрат.

Другим джерелом є – зменшення витрат на матеріали, паливо, енергію. Зменшення витрат матеріалів здійснюється шляхами: скорочення витрат, заміною дорогих матеріалів більш дешевими, зменшенням витрат на постачання матеріалів, покращенням нормування витрат матеріалів.

Скорочення витрат на обслуговування виробництва та на управління досягається головним чином шляхом зменшення чисельності робітників Товариства за рахунок застосування ефективніших методів організації управління та обслуговування виробництва, більш прогресивної техніки.

Економія витрат на збут досягається завдяки укріпленню дисципліни праці, ритмічності виробництва, дотримання договірної дисципліни.

Ефективним методом пошуку шляхів зниження собівартості продукції є функціонально-вартісний аналіз.

Функціональний підхід передбачає абстрагування від існуючого інженерного рішення, виділення функцій, які виконує виріб, та пошук альтернативних варіантів виконання функцій з меншими витратами.

Під час функціонально-вартісного аналізу необхідно передусім з'ясувати: що являє собою виріб, функцію якого необхідно виконати з мінімальними витратами; яку функцію він виконує; які фактичні витрати на виконання цієї функції; які максимально можливі витрати на реалізацію цієї функції; якими іншими способами можна здійснити функцію; які будуть витрати на її здійснення.

Мета функціонально-вартісного аналізу полягає в наголошенні уваги конструкторів та технологів до тих функціональних частин виробу, де виникають диспропорції між важливістю виконуваних функцій, якістю та витратами на їх здійснення для того, щоб виявити зайві витрати, причини їх виникнення та знайти резерви зниження собівартості виробу.

Отже, найбільш ефективними шляхами зниження собівартості продукції є впровадження економних технологій виробництва, використання світового досвіду щодо зменшення собівартості.

Саме ресурсоекономні, ресурсозберігаючі технології – це вихід для ТОВ «Енерпроф Груп».

3. Вирішивши попередні дві проблеми керівництво ТОВ «Енерпроф Груп» автоматично вирішить і третю, і четверту – зменшення кількості чистого прибутку підприємства на протязі останніх 5 років та його неплатоспроможність

Так збільшення випуску продукції, поліпшення її якості, продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду, зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу, диверсифікація виробництва, розширення ринку продажу призведе до збільшення кількості



чистого прибутку Товариства, що свою чергу збільшить його платоспроможність.

Окрім зазначених вище рекомендацій, для удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» доцільно визначити ті країни, що є привабливими для подальшої співпраці, проаналізувавши існуючі зовнішньоекономічні зв'язки та виділивши перспективні напрями розвитку.

Так провівши аналіз обсягів експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за географічною структурою за період з 2013 – 2017 рр. в табл. 2.7. виявили, що найбільш перспективними країнами для експорту продукції Товариства є Німеччина, Чехія, Франція, Польща, Австрія.

Перспективними країнами для експорту продукції Товариства на майбутнє є Угорщина, Словаччина та Болгарія.

Для забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «Енерпроф Груп» на зовнішньому ринку перспективних країн потрібно розробити стратегію зовнішньоекономічної діяльності, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості Товариства та ринкові умови, в яких йому доведеться функціонувати, на відповідний період.

Зазначена стратегія має розроблятися з урахуванням таких факторів, як:

- визначення чітких цілей виходу на новий ринок;
- розмір та потенціал зарубіжного ринку;
- проблеми, які можуть виникнути через реалізацію відповідного продукту на новому ринку;
- поширеність товару за кордоном та оцінка можливостей подальшого співробітництва;
- кон'юнктура ринку, наявність конкурентів, товарів-аналогів.

Також важливим заходом який сприятиме удосконаленню міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» є активне стимулювання збуту продукції потенційним покупцям.

Стимулювання сприятиме збільшенню обсягів продажів за короткий період, виведенню товару на новий ринок, підтримці інших інструментів

просування.

Варто підкреслити, що стимулювання збуту виявляється найефективнішим при використанні його в сполученні з рекламою.

Фахівці зазначають, що якщо підприємство прагне впроваджувати ефективну зовнішньоекономічну політику, то доцільно, насамперед, удосконалювати маркетингову складову своєї діяльності. Для цього потрібно здійснювати найбільш ефективні, з точки зору експертів, маркетингові заходи. Зокрема, до них відносяться:

1. Direct Mail – розсилка потенційним замовникам рекламних матеріалів підприємства (перелік послуг з цінами на них) у вигляді ділових пропозицій. В межах діяльності менеджерів планується відвідування ними підприємств, що отримали ділові пропозиції по електронній та звичайній пошті, з метою отримання попередніх замовлень.

Менеджери, в такому випадку, виконують роль посередників між підприємством та замовниками, роблячи акцент на тих вигодах, які принесє клієнту укладання довготривалого договору з їх підприємством.

Фахівці зазначають, що даний спосіб приваблення клієнтів є досить ефективним для виявлення потенційних замовників, а також для налагодження комерційних зв'язків, збору інформації про споживачів, інтересу до запропонованого товару.

2. Заочна участь у майбутніх закордонних виставках передбачає розповсюдження рекламних матеріалів підприємства всім відвідувачам та учасникам виставки.

Інформація про підприємство знаходиться на інформаційних стендах організаторів, у довіднику виставки, на стійках реєстрації. Такий спосіб участі у професійних закордонних виставках є найбільш прийнятним для невеликого підприємства.

Справа в тому, що вартість заочної участі у міжнародних виставках значно нижча, ніж стаціонарна, і повністю виправдовує затрачені на неї кошти.

3. Пошук та стимулювання посередників, оптових покупців, дилерів. Організація дистриб'юторської мережі або створення спільного підприємства за кордоном здаються привабливими, але ускладнюються проблемами з вибором партнера, завищенням цін (витрати з дистриб'ютора переносяться на кінцевого споживача), розбіжностями в стратегічних цілях із новим партнером, проблемами в розподілі прибутків (у разі утворення спільного підприємства).

Однак, якщо підприємство вирішило придбати інше підприємство для проникнення на зовнішній ринок, або створити спільне підприємство, то в довгостроковій перспективі це надасть змогу легше зайняти певну ринкову нішу.

Розрахуємо прогнозні показники ефективності експорту ТОВ «Енерпроф Груп» за умов існуючої ситуації та за умови впровадження запропонованих заходів.

Як видно з табл. 3.8., за умов існуючої ситуації виручка від реалізації експортної продукції збільшиться на 606,6 тис. грн. При цьому суттєво збільшиться собівартість експортної продукції – на 276,8 тис. грн. Значення коефіцієнту ефективності експорту не перевищить 1,20. Загалом у прогнозованому періоді ефективність експорту зменшиться на 0,01 пункт.

Таблиця 3.8.

**Прогнозна динаміка показників ефективності експорту ТОВ «Енерпроф Груп» на 2019-2021 рр. за умов існуючої ситуації, тис. грн.**

Показник	2019 (прогноз)	2020 (прогноз)	2021 (прогноз)	Абсолютне відхилення, 2021/2018
Виручка від реалізації експортної продукції	7375,0	7507,2	7796,0	606,6
Собівартість виготовлення експортної продукції	4183,7	4309,1	4438,4	494,9
Накладні витрати при експорті	1960,5	2019,4	2079,9	176,5
Ефект експорту, тис. грн.	1230,8	1178,7	1277,7	53,5
Коефіцієнт ефективності експорту	1,20	1,19	1,20	-0,01

За умов впровадження запропонованих заходів передбачається збільшення виручки від реалізації експортної продукції на 1097,7 тис. грн.

(табл. 3.9.).

Таблиця 3.9.

**Прогнозна динаміка показників ефективності експорту ТОВ «Енерпроф Груп» на 2019-2021 рр. за умов впровадження запропонованих заходів, тис. грн.**

Показник	2019 (прогноз)	2020 (прогноз)	2021 (прогноз)	Абсолютне відхилення, 2021/2018
Виручка від реалізації експортної продукції	7577,0	7896,1	8287,1	1097,7
Собівартість виготовлення експортної продукції	4224,3	4333,3	4469,0	525,5
Накладні витрати при експорті	1979,5	2058,7	2141,1	237,7
Ефект експорту, тис. грн.	1373,2	1504,1	1677,0	452,8
Коефіцієнт ефективності експорту	1,22	1,24	1,26	0,05

При цьому ефект експорту має збільшитися на 452,8 тис. грн. Значення коефіцієнту ефективності має зрости на 0,05 пункти та становитиме 1,22 – у 2019 р., 1,24 – у 2020 р. та 1,25 – у 2021 р.

Розрахуємо прогнозні показники фінансових результатів діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» за умов існуючої ситуації та за умов впровадження запропонованих заходів.

Згідно з розрахунками за умов існуючої ситуації чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшиться на 1734 тис. грн. Прибуток підприємства зросте на 258,3 тис. грн. (табл. 3.10.).

Таблиця 3.10.

**Прогнозна динаміка фінансових результатів діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» на 2019-2021 рр. за умов існуючої ситуації, тис. грн.**

Стаття	2019 (прогноз)	2020 (прогноз)	2021 (прогноз)	Абсолютне відхилення, 2021/2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	17451,2	17974,7	18514,0	1734,0
Інші операційні доходи	3716,3	3827,8	3942,6	369,3
Інші доходи	193,7	199,5	205,5	19,2
Разом доходи	21361,2	22002,0	22662,1	2122,5
Собівартість реалізованої продукції	10013,1	10313,5	10622,9	901,4

(товарів, робіт, послуг)				
Інші операційні витрати	10187,8	10493,5	10808,3	917,2
Разом витрати	20200,9	20806,9	21431,2	1818,6
Фінансовий результат до оподаткування	1160,3	1195,1	1230,9	303,9
Податок на прибуток	174,0	179,3	184,6	45,6
Чистий прибуток	986,2	1015,8	1046,3	258,3

За умов впровадження запропонованих заходів передбачається збільшення чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 2093,9 тис. грн., чистого прибутку – на 632,8 тис. грн. (табл. 3.11.).

Отже, результати розрахунків свідчать про доцільність реалізації запропонованих заходів та їх впровадження у діяльність ТОВ «Енерпроф Груп».

Таблиця 3.11.

**Прогнозна динаміка фінансових результатів діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» на 2019-2021 рр. за умов впровадження запропонованих заходів, тис. грн.**

Стаття	2019 (прогноз)	2020 (прогноз)	2021 (прогноз)	Абсолютне відхилення, 2021/2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	17619,0	18235,6	18873,9	2093,9
Інші операційні доходи	3752,0	3883,3	4019,2	445,9
Інші доходи	195,6	202,4	209,5	23,2
Разом доходи	21566,6	22321,4	23102,6	2563,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	10013,1	10313,5	10622,9	901,4
Інші операційні витрати	10187,8	10493,5	10808,3	917,2
Разом витрати	20200,9	20806,9	21431,2	1818,6
Фінансовий результат до оподаткування	1365,6	1514,5	1671,5	744,4
Податок на прибуток	204,8	227,2	250,7	111,7
Чистий прибуток	1160,8	1287,3	1420,8	632,8

Як видно, спектр можливих напрямів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства досить широкий.

Для ТОВ «Енерпроф Груп» зазначене вище різноманіття можливих варіантів розвитку зовнішньоекономічних зв'язків є реальним та досяжним.

### **Висновки до розділу III**

Провівши аналіз шляхів удосконалення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні ми змоделивали процес інтернаціоналізації вітчизняних підприємств малого бізнесу та виробили концепцію програми активізації міжнародної економічної діяльності малих підприємств України. Нами було встановлено: по-перше, процес глобалізації, яка формує єдиний бізнес-простір, охоплює і сферу малого бізнесу, стимулюючи його міжнародне підприємництво; по-друге, реалізація певних моделей поведінки в глобальному економічному середовищі формує специфічну систему взаємодії підприємств малого бізнесу з іншими суб'єктами світової економіки; по-третє, загальна модель інтернаціоналізації бізнесу виходить із поетапності залучення до процесів міжнародного поділу праці, що проектується і на малий бізнес; по-четверте, переважання різних видів та форм міжнародної економічної діяльності у практиці малих підприємств різних країн обумовлюється такими факторами, як: галузева специфіка, структурні особливості, особливості продукції, проблеми розвитку міжнародної економічної діяльності.

До перспектив розвитку прогресивних форм міжнародної економічної діяльності на підприємствах малого бізнесу ми віднесли: посилення постіндустріалізації за рахунок розвитку зовнішньої торгівлі послугами; підвищення інноваційної активності малих підприємств та поліпшення позицій країни у світовому господарстві; організація спільних підприємств за допомогою залучення зарубіжного венчурного капіталу; розвиток лізингової форми міжнародного підприємництва малих підприємств; розвиток

міжнародного франчайзингу як основи кооперації великого і малого бізнесу різних країн.

До інноваційних видів міжнародної економічної діяльності малого бізнесу ми віднесли: розвиток постіндустріальної сфери – зовнішньої торгівлі послугами; інноваційну сферу; міжнародний франчайзинг; міжнародний лізинг; залучення іноземного капіталу (венчурного) в спільну діяльність.

Нами було встановлено, що ситуація щодо активізації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу змінюється в міру економічного зростання і, отже, існує нагальна необхідність виділення критеріїв регіональної ефективності підприємств малого бізнесу. До цих критеріїв нами були віднесені: регіональний економічний ефект від участі підприємств малого бізнесу в міжнародній економічній діяльності; приріст бюджетних надходжень (усіх рівнів) від міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу; приріст фонду заробітної плати підприємств малого бізнесу регіону від участі у міжнародній економічній діяльності; безліч форм міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу регіону. Відзначимо, що виділені критерії регіональної ефективності і повинні враховуватись до уваги в процесах прийняття рішень з приводу вибору пріоритетних видів та форм міжнародної економічної діяльності малих підприємств, які діють або проектується в галузевій системі регіонального господарства.

У контексті проведеного аналізу розвитку міжнародної економічної діяльності малого бізнесу в Україні нами був виділений ряд напрямків побудови моделі його подальшої інтернаціоналізації: активізація формування імпортозаміщуючого сектора малого бізнесу, що є пріоритетом в коротко- і середньостроковій перспективах з урахуванням випереджаючого зростання імпорتنних поставок в Україні переважно товарів споживчого призначення (близько 60 % імпорту) на тлі зменшення добробуту населення і попиту; розширення експортної активності малого бізнесу України: в цілому, незалежно від галузевої приналежності, шляхом розширення прямого експорту

підприємств малого бізнесу та використання кооперативних форм виходу на ринки збуту (експортні синдикати, консорціуми, товариства зарубіжних продажів, об'єднання економічних інтересів і т.п.); у високотехнологічному секторі за рахунок розвитку системи субконтрактації малого і великого бізнесу, включаючи реалізацію проектів аутсорсингу науково-дослідних функцій великих фірм на рівень малих, проектів спільного науково-дослідного співробітництва (ODM, OEM), розвитку франчайзингової мережі малих фірм у сфері збуту й обслуговування високотехнологічної продукції (CEM) та залучення підприємств малого бізнесу в зовнішню торгівлю технологіями, що може бути забезпечено з боку держави формуванням системи венчурного фінансування, в тому числі у рамках певних територій – науково-технічних парків, техніко-впроваджувальних зон, – із застосуванням системи інструментів адміністративного та економічного регулювання.

## **ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**

Здійснивши дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу в Україні ми прийшли до висновку, що малий бізнес – це особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є малий підприємець, котрий поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу. Основу малого бізнесу становлять невеликі (малі) підприємства, характерними ознаками яких є незначна кількість штатних працівників та невеликі обсяги виробництва.

Мале підприємство можна розглядати як іманентний елемент системи економічних відносин в економіці ринкового типу, який забезпечує її інноваційну активність і підтримує конкурентне середовище. В ході проведеного дослідження ми змогли виділити низку тенденцій розвитку та



зміни ролі підприємств малого бізнесу в економіці. По-перше, тенденцією останніх десятиліть стала досить висока експортна орієнтація підприємств малого бізнесу розвинених країн. По-друге, підприємства малого бізнесу практикують залучення зарубіжних інвестицій і транснаціоналізацію своєї діяльності. По-третє, без невеликих компаній важко уявити собі процес міжнародного розвитку науково-технічних зв'язків. По-четверте, реалізація міжнародних торговельних стратегій підприємств малого бізнесу передбачає використання цілого арсеналу різних форм і методів проникнення на міжнародний ринок. По-п'яте, дрібний бізнес широко використовує і такий спосіб зменшення виробничо-комерційного ризику при виході на міжнародний ринок, як утворення спільних підприємств з місцевими партнерами. При цьому фінансовий паритет партнерів стає лише однією з можливих умов співпраці.

В результаті у загальній чисельності фірм частка малих підприємств перевищує 90 %, в забезпеченні зайнятості економічно активного населення – 60-70 %, у виробництві ВВП – 50-70 %. Іншими словами, мала економіка є вельми істотною частиною національних економік розвинених країн. Аналогічні тенденції спостерігаються і в ряді країн, що розвиваються.

Таким чином, мала економіка не тільки забезпечує зайнятість населення і знижує рівень безробіття під час криз, а й виконує цілу низку інших найважливіших соціально-економічних функцій, що дозволяють національній економіці успішно функціонувати й розвиватися. Серед таких функцій можна навести наступні: забезпечення доходами значної частини населення і формування середнього класу; формування конкурентного середовища та антимонопольної структури національної економіки; підвищення інноваційної активності суб'єктів господарювання та прискорення інноваційних процесів у всіх галузях; вплив на позитивні структурні зміни в економіці; зростання ВВП.

Проведений аналіз свідчить, що в сфері міжнародної економічної активності малого бізнесу в Україні розвиваються практично всі форми міжнародної економічної діяльності, характерні для малого бізнесу країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою. Проте, характерними і

найбільш розвиненими формами залишаються: імпорт товарів, збут/закупівлі для великих фірм, експорт товарів. Більш прогресивні форми міжнародної економічної діяльності знаходяться в зародковому стані і для свого розвитку потребують уваги з боку держави. Причому державна підтримка повинна охоплювати найрізноманітніші напрями формування і розвитку міжнародної економічної активності вітчизняного малого бізнесу – від елементарних умов при здійсненні реєстрації підприємств, їх оподаткування – і до організації надійної системи державних гарантій та системи співфінансування малого бізнесу за участю держави і великого бізнесу.

Провівши дослідження методичних підходів до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу ми прийшли до розуміння того, що на сьогоднішній день певного стандартизованого методу оцінки міжнародної економічної діяльності малого підприємства не існує. При оцінці міжнародної економічної діяльності прийнято звертатися до наступних загальних методів: факторного, експертного, розрахункового. Експертні не відрізняються точністю, а факторні – трудомісткі. Найбільш поширеними є розрахункові методи оцінки, що включають набір простих (у плані розрахунків) показників, до яких можна віднести: економічні показники ефекту й економічної ефективності міжнародної економічної діяльності. Більш широкими за своїм застосуванням є показники рентабельності, вони є відмінним доповненням до вищезгаданих показників. Крім цього в Україні підприємства, в тому числі і малі для оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності аналізують потенціал підприємства як основного інструменту обґрунтування управлінського рішення підприємця щодо доцільності здійснення підприємством міжнародної економічної діяльності.

В ході дослідження ми змоделивали процес інтернаціоналізації вітчизняних підприємств малого бізнесу та виробили концепцію програми активізації міжнародної економічної діяльності малих підприємств України. Нами було встановлено: по-перше, процес глобалізації, яка формує єдиний бізнес-простір, охоплює і сферу малого бізнесу, стимулюючи його міжнародне

підприємництво; по-друге, реалізація певних моделей поведінки в глобальному економічному середовищі формує специфічну систему взаємодії підприємств малого бізнесу з іншими суб'єктами світової економіки; по-третє, загальна модель інтернаціоналізації бізнесу виходить із поетапності залучення до процесів міжнародного поділу праці, що проектується і на малий бізнес; по-четверте, переважання різних видів та форм міжнародної економічної діяльності у практиці малих підприємств різних країн обумовлюється такими факторами, як: галузева специфіка, структурні особливості, особливості продукції, проблеми розвитку міжнародної економічної діяльності.

До перспектив розвитку прогресивних форм міжнародної економічної діяльності на підприємствах малого бізнесу ми віднесли: посилення постіндустріалізації за рахунок розвитку зовнішньої торгівлі послугами; підвищення інноваційної активності малих підприємств та поліпшення позицій країни у світовому господарстві; організація спільних підприємств за допомогою залучення зарубіжного венчурного капіталу; розвиток лізингової форми міжнародного підприємництва малих підприємств; розвиток міжнародного франчайзингу як основи кооперації великого і малого бізнесу різних країн.

До інноваційних видів міжнародної економічної діяльності малого бізнесу ми віднесли: розвиток постіндустріальної сфери – зовнішньої торгівлі послугами; інноваційну сферу; міжнародний франчайзинг; міжнародний лізинг; залучення іноземного капіталу (венчурного) в спільну діяльність.

Нами було встановлено, що ситуація щодо активізації міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу змінюється в міру економічного зростання і, отже, існує нагальна необхідність виділення критеріїв регіональної ефективності підприємств малого бізнесу. До цих критеріїв нами були віднесені: регіональний економічний ефект від участі підприємств малого бізнесу в міжнародній економічній діяльності; приріст бюджетних надходжень (усіх рівнів) від міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу; приріст фонду заробітної плати підприємств

малого бізнесу регіону від участі у міжнародній економічній діяльності; безліч форм міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу регіону. Відзначимо, що виділені критерії регіональної ефективності і повинні враховуватись до уваги в процесах прийняття рішень з приводу вибору пріоритетних видів та форм міжнародної економічної діяльності малих підприємств, які діють або проектується в галузевій системі регіонального господарства.

У контексті проведеного аналізу розвитку міжнародної економічної діяльності малого бізнесу в Україні нами був виділений ряд напрямків побудови моделі його подальшої інтернаціоналізації: активізація формування імпортозаміщуючого сектора малого бізнесу, що є пріоритетом в коротко- і середньостроковій перспективах з урахуванням випереджаючого зростання імпорتنних поставок в Україні переважно товарів споживчого призначення (близько 60 % імпорту) на тлі зменшення добробуту населення і попиту; розширення експортної активності малого бізнесу України: в цілому, незалежно від галузевої приналежності, шляхом розширення прямого експорту підприємств малого бізнесу та використання кооперативних форм виходу на ринки збуту (експортні синдикати, консорціуми, товариства зарубіжних продажів, об'єднання економічних інтересів і т.п.); у високотехнологічному секторі за рахунок розвитку системи субконтрактації малого і великого бізнесу, включаючи реалізацію проектів аутсорсингу науково-дослідних функцій великих фірм на рівень малих, проектів спільного науково-дослідного співробітництва (ODM, OEM), розвитку франчайзингової мережі малих фірм у сфері збуту й обслуговування високотехнологічної продукції (CEM) та залучення підприємств малого бізнесу в зовнішню торгівлю технологіями, що може бути забезпечено з боку держави формуванням системи венчурного фінансування, в тому числі у рамках певних територій – науково-технічних парків, техніко-впроваджувальних зон, – із застосуванням системи інструментів адміністративного та економічного регулювання.

Дослідивши процес міжнародної економічної діяльності ТОВ «Енерпроф Груп» за останні 5 років дійшли висновку, що механізм планування економічної діяльності підприємства являє собою комплекс заходів управлінського характеру, що застосовуються керівництвом у сфері міжнародної економічної діяльності з метою ефективного формування цілей та оптимізації майбутнього стану.

Результативність механізму планування міжнародної економічної діяльності Товариства залежить від організації процесу планування, а також від чіткості та узгодженості дій усіх його елементів.

Необхідно підкреслити, що запорукою успішного функціонування підприємства є формування стратегії його розвитку, яка дає змогу зосередитись на головних проблемах і відкинути другорядні, визначити й скоординувати дії з реалізації місії й основних цілей Товариства, шляхи її перетворення в новий стан, а також способи використання необхідних для цього ресурсів.

Саме від того, наскільки правильною та доцільною буде обрана стратегія, залежить ефективність господарської діяльності підприємства та його конкурентоспроможність на міжнародному ринку. У процесі формування стратегії не повинно бути хаотичності. Необхідно усвідомлювати свою позицію на ринку та будувати стратегію «знизу вгору», підлаштовувати внутрішні можливості підприємства та його позиції на ринку під ринкову ситуацію.

Чітко сформована та аргументована стратегія розвитку підприємства дає можливість визначити стратегічні цілі для управлінців та способи їх досягнення, уникнути ризиків, раціонально розпоряджатися ресурсами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. Київ: КНЕУ, 2016. 275 с.
2. Баб'як М. М. Розвиток малого і середнього підприємництва у регіоні. *Актуальні проблеми економіки*, 2004. № 12. С. 77 – 83.
3. Байдала В. В., Бутенко В. М. Зарубіжний досвід кластеризації та можливості його застосування в Україні в умовах розвитку біоекономіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки*, 2014. Вип. 6. Ч. 1. С. 152 – 157.
4. Бех Н. Особливості розвитку і функціонування малого і середнього бізнесу в Україні. *Галицький економічний вісник*, 2010. № 1. С. 12 – 17.
5. Бутенко А. І., Войнаренко М. П., Ляшенко В. І. Модернізація механізмів розвитку малого та середнього бізнесу: монографія. НАН України, Ін-т

економіки пром-сті. Донецьк, 2011. 326 с.

6. Бутинець Ф. Ф. Основи бізнесу: навч. пос. / за ред. Ф. Ф. Бутинця, К. В. Романчука. 2-е вид., доп. і перероб. Житомир: Рута, 2004. 364 с
7. Бутко М. П., Попело О. В. Модернізаційні аспекти управління інноваційним розвитком бізнес-середовища регіону. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*, 2014. Вип. 3. С. 67 – 76.
8. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами / пер. с англ. Москва: Финансы и статистика, 2013. 799 с.
9. Вардомский Л. Б., Скатерщикова Е. Е. Внешнеэкономическая деятельность регионов России: учеб. пособ. для вузов. М.: АРКТИ, 2002. 320 с.
10. Варналій З. С. Мале підприємництво України як чинник регіонального розвитку: стан та перспективи. *Актуальні проблеми економіки*, 2004. № 4. С. 64 – 73.
11. Вахович І. М., Табалова І. Є. Регіональні асиметрії сталого розвитку України: діагностика та механізми вирівнювання: монографія. Луцьк: Волиньполіграф, 2012. 333 с.
12. Верба В. А. Еволюція управлінських технологій як віддзеркалення проблематики та завдань розвитку підприємств. *Ефективність функціонування та економічного розвитку підприємства. Стратегія економічного розвитку України*, 2014. № 34. С. 149 – 156.
13. Власенко І. В. Функціонування малих підприємств в економіці України: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01. Хмельницьк, 2006. 20 с.
14. Вороніна Л. І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: навч. пос. / за ред. Л. І. Вороніної. Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. 307 с.
15. Вороніна Л. І. Податкове регулювання підприємств малого та середнього бізнесу. *Науковий вісник національного університету ДПС України*, 2009. № 2 (41). С. 465 – 467.
16. Гаврилюк О. В., Литвиненко В. М. Зовнішньоекономічна діяльність малих фірм в умовах транснаціоналізації. *Економіка та підприємництво: Зб. наук.*

*праць молодих учених та аспірантів*. К.: КНЕУ, 2001. Вип. 6. С. 81 – 90.

17. Гобир І. Б., Мельник М. І. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні в кризових умовах. *Агросвіт*, 2015. № 10. С. 65 – 69

18. Говорушко Т. А., Тимченко О. І. Малий бізнес: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 194 с.

19. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення: 17.06.2018. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 08.08.2018)

20. Губені Ю. Е. Підприємництво: навч. пос. Львів: НВФ «Укр. технології», 2012. 572 с.

21. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.08.2018)

22. Дикань О. В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 2017. № 57. С. 58 – 66.

23. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємства. Статистичний збірник / за ред. М. С. Кузнецової; Відповідальна за випуск О. М. Колпакова. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 485 с.

24. Долгоруков Ю., Кужман О. О развитии малого предпринимательства. *Экономика Украины*, 2005. № 12. С. 11 – 18.

25. Дрига С. Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія. Київ: НДІ економіки М-ва економіки України, ДКС центр, 2011. 359 с.

26. Егорова Н. Е., Хачатрян С. Р. Методы измерения взаимодействий малого и крупного бизнеса в ходе реструктуризации предприятий. М.: ЦЭМИ РАН, 2001. 583 с.

27. Заярна Н. М. Міжнародний досвід підтримки малого бізнесу та сучасні українські реалії. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2011. Вип. 21.1. С. 198 – 201.

28. Збарський В. К. Менеджмент малого та середнього бізнесу: навчальний посібник. К.: ДАКККіМ, 2006. 361 с.



29. Ільясов М. С. Особливості розвитку зовнішньоекономічної діяльності об'єктів малого бізнесу зарубіжних країн. Монографія. М., 2002. 548 с.
30. Келле В. Ж. Инновационная система России: формирование и функционирование. М.: Дело, 2003. 564 с.
31. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент. Київ: Знання, 2006. 366 с.
32. Клепанчук О. Ю. Зарубіжний досвід державної підтримки розвитку малого підприємства та можливості його використання в Україні. *Наукове товариство Івана Кушніра*, 2015. С. 15 – 19.
33. Козаченко А. В., Воронкова А. Э., Медяник В. Ю., Назаров В. В. Малый бизнес: устойчивость и компенсаторные возможности: монография. Киев: Либра, 2003. 328 с.
34. Колісник Г. М. Зарубіжний досвід, шляхи підвищення економічної ефективності підтримки малих підприємств та його аспекти в Україні. *Збірник науково-технічних праць Львівського національного університету ім. Івана Франка*, 2005. № 15. С. 336 – 341.
35. Конєва Т. А. Роль малого бізнесу в економіці країни. *Культура народів Причорномор'я*, 2006. № 80. С. 74 – 76.
36. Куклінова Т. В. Ефективність діяльності та стимулювання розвитку малих та середніх підприємств: монографія. Ефективність реструктурованих господарських систем: проблеми і фактори підвищення / за заг. ред. В. І. Осипова. Одеса: Атлант, 2008. 297 с.
37. Лазоренко Л. В. Економічний механізм регулювання ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємств малого бізнесу. М-во образования и науки Украины, Тавр. нац. ун-т им. В. И. Вернадского, Нац. ун-т «Киево-Могилянская академия». Симферополь: ДиАйПи, 2008. С. 382 – 383.
38. Ларіна Р. Р., Азаров О. В. Малий бізнес в Україні: роль та особливості розвитку в національній економіці. Донецьк: «Вебер», 2007. 300 с.
39. Лебьодкін К. С. Господарсько-правова політика щодо державної підтримки суб'єктів господарювання. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*, 2013. № 2 (13). С. 182 – 191.

40. Литвиненко В. М. Малий бізнес у розвитку зовнішньоекономічної діяльності країн перехідної економіки. НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. К., 2003. 18 с.
41. Литвиненко В. М. Маркетингова підтримка діяльності дрібних фірм на міжнародному рівні: зарубіжний досвід. *Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб.* К.: КНЕУ, 2002. Вип. 1(8). С. 523 – 528.
42. Литвиненко В. М. Форми міжнародного співробітництва малих підприємств. *Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб.* К.: КНЕУ, 2002. Вип. 5(12). С. 167 – 172.
43. Литвиненко В. М. Прямі іноземні інвестиції в сучасному малому бізнесі та їх значущість для країн перехідної економіки. *Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: Сб. науч. трудов.* Ч. 2. Донецк: ДонНУ, 2002. С. 577 – 579.
44. Макогон Ю., Кошеленко В. Перспективи вихода на зовнішній ринок підприємств малого бізнесу України. *Проблеми підвищення ефективності функціонування підприємств різних форм власності: сб. научных трудов.* Донецк, 2006. С. 86 – 94.
45. Марченко О. І., Моткалюк Р. В. Розвиток малого бізнесу: вітчизняний і зарубіжний досвід. *Фінансовий простір*, 2015. № 1 (17). С. 190 – 193.
46. Матусова О. М. Проблеми розвитку експортоорієнтованого малого бізнесу України. *Сучасні питання економіки і права*, 2013. Вип. 2. С. 69 – 74.
47. Новицька О., Губарєв В. Формування механізмів підтримки малого та середнього бізнесу в ринковому середовищі регіону. Удосконалення економічних механізмів управління сучасними системами підприємств, корпорацій, галузей, регіонів, країн: монографія / за заг. ред. Ю. З. Драчука, В. Я. Швеця; М-во освіти і науки України. Луганськ: Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Нац. гірн. ун-т, 2014. С. 254 – 263.
48. Новицька О. Інструменти стимулювання малого та середнього бізнесу в контексті регіонального розвитку. *Збірник наукових праць Черкаського*

державного технологічного університету. Серія: Економічні науки: у чотирьох частинах. Черкаси: ЧДТУ, 2015. Вип. 39 (2). С. 143 – 149.

49. Новицька О. Концептуальні основи розвитку сектору малого та середнього бізнесу. *Наукові засади розвитку знань економічної теорії: зб. тез наук. робіт учасників всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. з екон. Теорії*. Черкаси, 2015. С. 50 – 52.

50. Новицька О. Особливості підтримки малого та середнього бізнесу в системі сучасного регіонального менеджменту. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Вип. 37 (2): у чотирьох частинах*. Черкаси: ЧДТУ, 2014. С. 162 – 169.

51. Новицкая О. Особенности и развитие предпринимательства в производственной сфере. *Регіональна економіка та проблеми муніципального розвитку: матеріали Міжнар. практ. конф. (7-8 лют.)*. К., 2014. С. 61–63.

52. Новицька О. Роль і значення виробничої інфраструктури в економічному розвитку промислових підприємств. *Вісник Донецького університету економіки та права: зб. наук. праць / ред. кол.: В. К. Мамутов, О. І. Амоша, А. Я. Берсуцький та ін.; гол. ред. А. Я. Берсуцький*. Донецьк: ДонУЕП, 2014. № 1. С. 153 – 159.

53. Новицька О. Світовий досвід підтримки малого та середнього бізнесу економічно розвинутих країн. Менеджмент-освіта в контексті трансформаційних перетворень в суспільстві: матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. (Донецьк-Святогірськ, 10-12 квіт.), 2014. С. 61 – 63.

54. Новицька О. Система підтримки малого та середнього бізнесу в регіонах України. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції: наук. вид. Херсон. нац. техн. ун-ту*, 2013. № 12 (1). Т. 4. С. 48 – 53.

55. Новицька О. Стимулювання процесу кластероутворення: питання підтримки малого та середнього бізнесу. Стратегії економічного розвитку: держава, регіон, підприємство: кол. монографія: у 2 т. / за заг. ред. К. С. Шапошникова та ін. Херсон: Видав. дім «Гельветика», 2015. Т. 1. С. 180 – 194.

56. Одретч Д. Б. Значение малых предприятий в придании экономике США динамичного характера. Изд. Всемирного банка, 2001. 657 с.
57. Озаринська В. Основи формування системи підтримки малого бізнесу в Україні. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*, 2011. № 37. С. 211 – 226.
58. Папп В. В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. *Бізнес Інформ*, 2013. № 6. С. 160 – 164.
59. Поповенко Н. С., Ганенко О. В. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні. *Економіка: реалії часу*, 2012. № 1(2). С. 126 – 132.
60. Попело О. В. Мале підприємництво як джерело економічного розвитку у високорозвинених країнах. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*, 2014. № 3(75). С. 122 – 134.
61. Портер М. Международная конкуренция М.: Экономика, 1993. 768 с.
62. Предпринимательская среда в Украине: монография / под ред. Ю. В. Макогона. Д.: ДонНУ, Каунас: КТУ, 2011. 216 с.
63. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 р. № 4618-VI. Дата оновлення: 22.03.2012. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17> (дата звернення: 08.08.2018)
64. Прямухіна Н. В. Роль малого підприємництва у ринковому просторі регіонів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*, 2015. № 11. Ч. III. С. 109 – 112.
65. Реверчук С. К. Малий бізнес: методологія, теорія і практика. Монографія. К.: ІЗМН, 2002. 192 с.
66. Рубе В. А. Малый бизнес: история, теория, практика. М.: ТЕИС, 2000. 231 с.
67. Савченко В. Е. Государственное предпринимательство в рыночной экономике: моногр. М.: Экономика, 2000. 295 с.
68. Сімків Л. Є., Побігун С. А. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання. *Глобальні та*

*національні проблеми економіки*, 2015. Вип. 3. С. 560 – 564.

69. Сирополіс Н. К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей / пер. с англ. М.: ДЕЛО, 2005. 672 с.

70. Сич О. А., Нітман І. І. Аналіз впливу інституційного середовища на розвиток малого та середнього підприємництва. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. Чернігів: ЧНТУ, 2017. № 2 (10). С. 111 – 118.

71. Стародубцев В. В. До питання методології дослідження малого бізнесу. *Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету*, 2009. № 16. С.28 – 35.

72. Табінський В. А., Телятник В. М., Сімон А. П. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. *Молодий вчений*, 2017. № 3 (43). С. 848 – 851.

73. Чайкова О. І., Присухіна С. Л. Напрями удосконалення механізму стимулювання і розвитку ЗЕД суб'єктів МСП. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*. Харків: НТУ «ХПІ», 2012. № 31. С. 150 – 155.

74. Черніков Д. О. Модернізація системи державної підтримки суб'єктів господарювання в Україні. К.: НІСД, 2013. 28 с.

75. Шумпетер І. Теорія економічного розвитку. М.: Наука, 1986. 648 с.

76. Яворська Л. М., Селезень С. В. Економіко-правові тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. *Економічна теорія права. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*, 2013. № 2 (13). С. 130 – 137.

77. Якушева О. Забезпечення підтримки та бізнес-інкубування малого та середнього бізнесу в регіонах України в умовах трансформаційних перетворень. Трансформаційні перетворення регіональної економіки: монографія / за заг. ред. С. А. Назаренка. Київ: Кондор, 2016. С. 202 – 214.

78. Якушева О. Концептуальні положення підтримки малого та середнього бізнесу в Україні: регіональний аспект. *Збірник наукових праць Черкаського*

державного технологічного університету. Серія: Економічні науки: у чотирьох частинах. Черкаси: ЧДТУ, 2016. Вип. 40 (3). С. 43 – 49.

79. Якушева О. Особливості функціонування малого та середнього бізнесу в регіонах України. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності: зб. тез III Міжнар. наук.-практ. конф. (10-12 груд. 2015 р.)*. Кременчук: КНУ ім. М. Остроградського, 2015. С. 474 – 476.

80. Якушева О. Регіональні особливості економічного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство: електрон. наук. фахове вид. Мукачів. держ. ун-ту. 8-й вип. Мукачево, 2017*. С. 455 – 461.

81. Ясинська Н. А. Фінансовий механізм державного управління розвитком малого підприємництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. держ. упр.: 08.00.03. Донецьк, 2008. 24 с.

82. Johanson J., Vahlne J.-E. The Internationalization Process of the Firm. A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of Business Studies*, 1997. № 8. P. 23 – 32.

83. Kniht G. Emerging Paradigm for International Marketing: The Born Global Firm. Michigan State University, 1997. 547 p.

84. Rennie E. Born Global. McKinsey, 1979. 436 p.



# ДОДАТКИ

## Додаток А

### Базові показники оцінки елементів внутрішнього потенціалу міжнародної економічної діяльності малого підприємства

Елемент внутрішнього потенціалу міжнародної економічної діяльності підприємства	Показники оцінки
1. Організаційно-управлінський потенціал	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість працівників вищого та середнього управлінського складу, чол.;</li> <li>- кількість порушень трудової дисципліни, од. на рік;</li> <li>- кількість конфліктів у колективі, од. на рік.</li> </ul>
2. Фінансово- економічний потенціал	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виручка підприємства, грн.;</li> <li>- валовий прибуток підприємства, грн.;</li> <li>- чистий прибуток підприємства, грн.;</li> <li>- рентабельність продажів, %;</li> <li>- рентабельність капіталу, %;</li> <li>- коефіцієнт поточної ліквідності;</li> <li>- коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами;</li> </ul>



	- коефіцієнт автономії.
3. Інвестиційний потенціал	- обсяг фінансових коштів, що спрямовуються в інвестиційні проекти, грн.; - кількість інвестиційних проектів, реалізованих за рік, од.
4. Потенціал ідентифікації	- частка покупців цільового ринку з очевидною обізнаністю про бренд, підприємство, %; - частка покупців цільового ринку з прихованою обізнаністю про бренд, підприємство, %.
5. Інформаційний потенціал	- кількість випущених каталогів, брошур, проспектів іноземними мовами про діяльність підприємства, од. на рік; - кількість відвідувань інтернет-сайту підприємства, разів на день; - кількість зарубіжних видань, де публікуються відомості про підприємство, од; - кількість відвідувань міжнародних виставок і ярмарок представниками підприємства, разів на рік; - кількість відвідувань заходів, організованих ТПП України, раз на рік.
6. Кадровий потенціал	- статеві віковий склад персоналу, % чоловіків і жінок; - середній стаж роботи, років; - загальний штат співробітників підприємства, чол.; - коефіцієнт вибуття; - частка працівників із вищою освітою, %; - частка співробітників, які підвищили кваліфікацію за останній рік, %; - частка співробітників, які володіють знаннями іноземних мов, %.
7. Творчий потенціал	- кількість ліцензій, патентів, винаходів оформлених од.; - частка створених нових торговельних марок за рік, ...; - кількість нових промислових зразків на одного співробітника, од./чол.
8. Виробничо-технологічний потенціал	- частка високотехнологічної продукції в загальному обсязі виробленого асортименту, %; - коефіцієнт оновлення обладнання; - коефіцієнт поновлення асортиментів; - продуктивність праці, виробів на годину; - частка витрат на НДДКР в загальному обсязі витрат підприємства, %; - частка витрат на виробничі потреби в загальному обсязі витрат підприємства, %; - економічний ефект від реалізації високотехнологічної продукції, інноваційних проектів, грн. на рік.
9. Матеріально-технічний потенціал	- частка імпортних комплектуючих у загальному обсязі продукції, що закуповується, номенклатури товарів, %; - частка витрат на сировину й матеріали в загальному обсязі витрат підприємства, %; - частка фінансових коштів, виділених під закупівлі, в загальному обсязі витрат підприємства, грн. на міс.
10. Потенціал стандартизації	- частка фінансових коштів, що спрямовуються на сертифікацію в загальному обсязі витрат підприємства, грн. на міс.;

	<ul style="list-style-type: none"><li>- частка сертифікованої продукції в загальному обсязі виробленого асортименту, %;</li><li>- частка сертифікованих виробничих процесів у загальній кількості технологічних операцій, %.</li></ul>
11. Маркетинговий потенціал	<ul style="list-style-type: none"><li>- частка фінансових коштів, що спрямовуються на проведення рекламної діяльності в загальному обсязі витрат підприємства, %;</li><li>- частка торгових агентів у штаті підприємства, %;</li><li>- кількість каналів дистрибуції, од.</li><li>- частка виручки, що припадає на один канал дистрибуції, %.</li></ul>