

Київський національний торгово-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Експортна стратегія виробничого підприємства»

(на матеріалах підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс», м.Харків)

Студентки 1 курсу, 2м групи,

Спеціальності 051 «Економіка»

Спеціалізації «Міжнародна економіка»

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Гарант освітньої програми

к.е.н., професор

Глушенкової

Крістини Павлівни

Коровайченко

Наталя Юріївна

Кудирко

Людмила Петрівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Глушенкова К.П. «Експортна стратегія виробничого підприємства (на матеріалах ТОВ «Глобал Інвест Системс», м.Харків)»

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка», спеціалізацією «Міжнародна економіка».

Київський національний торгово-економічний університет, 2018

У першому розділі досліджено сутність та класифікацію експортних стратегій, визначено особливості експорту виробничих підприємств, розглянуто методи оцінки експортних стратегій підприємства.

У другому розділі здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс». Докладно проаналізована експортна діяльність даного підприємства, проведено аналіз ефективності експорту, визначено фактори, що впливають на ефективність експорту.

У третьому розділі розроблено план удосконалення експортної стратегії підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс», розраховано ефективність експорту для 2018 року, визначено зміну обсягів експорту у 2018 за рахунок проведення запропонованих заходів.

Ключові слова: експортна стратегія, експортна стратегія виробничого підприємства, ефективність експорту, стратегія диверсифікації, стратегія сегментації.

ANNOTATION

Glushenkova K.P. "Export strategy of the production enterprise (based on Global Invest Systems, Kharkiv)"

Graduation qualifying paper for master's degree in specialty 051 "Economics", specialization "International Economics".

Kyiv National Trade and Economic University, 2018

The first chapter explores the essence and classification of export strategies, identifies the features of export of industrial enterprises, examines the methods of assessing export strategies of the enterprise

In the second section, the analysis of financial and economic activity of LLC Global Invest Systems was carried out. The export activity of this enterprise was analyzed in detail, the analysis of export efficiency was carried out, factors influencing the export efficiency were determined.

In the third section, a plan for improving the export strategy of LLC Global Invest Systems was developed, the export efficiency was calculated for 2018, the change in export volumes in 2018 was determined due to the implementation of the proposed measures.

Key words: export strategy, export strategy of production enterprise, export efficiency, strategy of diversification, strategy of sensation.

Київський національний торгово-економічний університет

Кафедра міжнародної економіки

РЕФЕРАТ
ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему:

«Експортна стратегія виробничого підприємства»

(на матеріалах підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс», м.Харків)

Студентки 1 курсу, 2м групи,

Спеціальності 051 «Економіка»

Спеціалізації «Міжнародна економіка»

Науковий керівник

к.е.н.

Глушенкової

Крістини Павлівни

Коровайченко

Наталя Юрїївна

Київ 2018

Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Експортна стратегія виробничого підприємства» (на матеріалах ТОВ «Глобал Інвест Системс», м.Харків).

Випускна кваліфікаційна робота містить 108 сторінок, 26 таблиць, 15 рисунків, список використаних джерел з 60 найменувань та 2-х додатків.

Об'єкт дослідження - експортна стратегія ТОВ «Глобал Інвест Системс».

Предмет дослідження - теоретичні основи здійснення експортної стратегії підприємства.

Мета дослідження - розроблення рекомендацій, щодо удосконалення експортної стратегії виробничого підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс».

Відповідно були поставлені наступні завдання:

- дослідити сутність та класифікацію експортних стратегій підприємства;
- дослідити особливості експорту виробничих підприємств;
- вивчити методи оцінки експортних стратегій підприємства;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс»;
- дослідити експортну стратегію виробничого підприємства;
- провести оцінку відповідності експортної стратегії довгостроковим цілям розвитку та ТОВ «Глобал Інвест Системс» та умовам зовнішнього ринку;
- визначити перспективні напрями експортної стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс»;
- обґрунтувати ефективність заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства;
- розрахувати очікувані показники експортної діяльності.

У ході дослідження в 1 розділі визначено, що експортна стратегія підприємства визначається як комплекс дій, спрямованих на поглиблення та розширення експортної діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу з додержанням загальнодержавних інтересів. Найбільш ефективними видами експортної стратегії є: стратегія сегментації, інноваційна стратегія, стратегія інтернаціоналізації, стратегія кооперації.

Для визначення ефективності експорту підприємства на базі якого проводиться дослідження, доцільніше обрати методу І.І. Кретової, оскільки вона допомагає визначити рентабельність експорту і використовується великими компаніями, як основа для побудови власного найбільш ефективного алгоритму аналізу ефективності експортних операцій.

У 2 розділі представлені результати фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс», що є виробником інноваційної продукції на ринку поліпропіленової тари для транспортування сипучих матеріалів. Основною

проблемою ТОВ «Глобал Інвест Системс» визначено фінансову нестабільність підприємства, що викликана залежністю забезпечення діяльності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Дослідивши експорт підприємства, визначено, що експортна стратегія підприємства полягає у зменшенні накладних витрат за рахунок енергозбереження, збільшенні обсягів експорту за рахунок зниження собівартості товару, запровадження нового унікального та інноваційного продукту для завоювання нових ринків. Можемо підсумувати, що стратегія підприємства є недостатньо ефективною, оскільки частка експорту становить лише 7.6% від всього збуту товару.

У 3 розділі обґрунтовано ефективність основних заходів для удосконалення експортної стратегії підприємства. Основою планування розвитку експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс» на зовнішніх ринках є удосконалення стратегії за такими напрямками:

- залучення до відділу ЗЕД працівників, що спеціалізуються на ЗЕД з новими (ще не відкритими для підприємства) країнами (використовуючи аутсорсинг);
- удосконалення маркетингових комунікацій підприємства;
- стимулювання збуту продукції;
- активізація маркетингової політики і вихід на нові ринки збуту продукції для ТОВ «Глобал Інвест Системс». Пріоритетним є ринок Польщі, що має потребу у продукції поліпропіленової тари;
- забезпечення найвищого рівня обслуговування покупців на ТОВ «Глобал Інвест Системс»;
- розширення асортименту продукції на ТОВ «Глобал Інвест Системс»;
- зменшення собівартості продукції за рахунок енергозбереження;
- зменшення витрат на транспортування продукції ТОВ «Глобал Інвест Системс».

Здійснені розрахунки вказують, що вищезазначені заходи зможуть підвищити ефективність експорту і збільшити обсяг експортованої продукції на 123654 тис.грн. вже у 2018 році.

Рік виконання випускної кваліфікаційної роботи – 2017/2018 рік.

Рік захисту випускної кваліфікаційної роботи – 2018 рік.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1. Сутність та класифікація експортних стратегій підприємства.....	6
1.2. Особливості експорту виробничих підприємств.....	18
1.3. Методи оцінки експортних стратегій підприємства.....	27
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	39
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ГЛОБАЛ ІНВЕСТ СІСТЕМС».....	41
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс».....	41
2.2. Дослідження експортної стратегії виробничого підприємства.....	52
2.3. Оцінка відповідності експортної стратегії довгостроковим цілям розвитку ТОВ «Глобал Інвест Системс» та умовам зовнішнього ринку....	58
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	75
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ГЛОБАЛ ІНВЕСТ СІСТЕМС».....	76
3.1. Визначення перспективних напрямів удосконалення експортної стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс».....	76
3.2. Обґрунтування заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства.....	81
3.3. Розрахунок прогностичних показників експортної діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» з урахуванням запропонованих заходів.....	84
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	92
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	98
ДОДАТКИ.....	105

ВСТУП

Найважливішим завданням корінних перетворень господарського життя є максимальне використання зовнішньоекономічних зв'язків як засобу подолання економічного спаду, здійснення структурної перебудови економіки та підвищення її ефективності для органічного включення країни в систему міжнародного поділу праці. Особливе значення мають експортні поставки вітчизняних підприємств. Для них це додаткові ринки збуту, а отже, завантаження вільних виробничих потужностей і підвищення зайнятості працівників. Випуск експортної продукції стимулює підвищення якості товарів. Експортна виручка стала для багатьох підприємств надійним джерелом надходження «живих грошей», що йдуть на виплату заробітної плати, сплату податків і т. д.

В економічній літературі традиційно розглядаються такі питання як роль зовнішніх чинників у розвитку експортної діяльності, критерії ефективності експортної діяльності. Однак більша частина досліджень присвячена вивченню окремих елементів експортної діяльності: розвиток експортного виробництва і вплив на нього зовнішніх і внутрішніх факторів; вивчення міжнародних ринків збуту; формування експортної збутової політики фірми; розробка міжнародної стратегії підприємства і т. д.

Разом з тим відсутні комплексні економічні дослідження, присвячені проблемам ефективного управління експортною діяльністю як основним фактором розвитку окремого підприємства. Недостатня опрацьованість даних проблем і їх висока практична значущість для економіки Росії зумовили вибір теми дослідження.

Актуальність дослідження зовнішньоекономічної діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта обумовлена сучасними способами ведення та функціонування бізнесу в умовах сучасного ринку. Підприємство має організувати свою зовнішньоекономічну діяльність таким чином, щоб

забезпечити отримання доходу, а також обрати найбільш оптимальний метод підтримки фінансової незалежності.

Мета дослідження - розроблення рекомендацій, щодо удосконалення експортної стратегії виробничого підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс».

Відповідно були поставлені *наступні завдання*:

- Дослідити сутність та класифікацію експортних стратегій підприємства;
- Дослідити особливості експорту виробничих підприємств;
- Вивчити методи оцінки експортних стратегій підприємства;
- Провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс»;
- Дослідити експортну стратегію виробничого підприємства;
- Провести оцінку відповідності експортної стратегії довгостроковим цілям розвитку та ТОВ «Глобал Інвест Системс» та умовам зовнішнього ринку;
- Визначити перспективні напрями експортної стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс»;
- Обґрунтувати ефективність заходів, щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства;
- Розрахувати очікувані показники експортної діяльності

Предмет дослідження - теоретичні основи здійснення експортної стратегії підприємства.

Об'єкт дослідження – процес формування експортної стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс».

До *методів*, які були використані у ході дослідження, належать наступні: системний метод, метод аналізу.

Теоретична та статистична основа дослідження. У ході написання роботи використовувалися інформаційно-аналітичні матеріали з досліджуваної проблеми, представлені у науковій періодичній літературі,

мережі Інтернет, а також різноманітні інформаційні та статистичні ресурси, фінансова звітність підприємства.

Практична значимість результатів. Запропоновані шляхи підвищення ефективності експортної стратегії можуть використовуватися для покращення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс».

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять по три підрозділи, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг магістерської роботи – 121 сторінка, з них основного тексту – 100 сторінок, список використаних джерел містить 60 найменувань, додатків – 4.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та класифікація експортних стратегій підприємства

Вихід компанії на ринки інших країн - це не тільки розширення виробництва, отримання прибутку, міжнародне визнання і статус. Це ще й щоденна робота, що забезпечує готовність компанії експортувати потрібний товар в певну країну з урахуванням її культурних особливостей і рівня розвитку. Важливо розуміти, що робота на зовнішніх ринках характеризується великим у порівнянні з внутрішніми ринками рівнем ризиків, обумовленим:

- відмінностями в соціокультурних, економічних, політичних, правових факторах зарубіжних країн;
- вищим рівнем конкуренції, високими вимогами до якісних характеристик товару, пакування, маркування;
- вищий рівень витрат, пов'язаних з міжнародними маркетинговими дослідженнями і реалізацією продукції.

Багато компаній починають займатися експортом випадково. Почавши експортну діяльність, вони стикаються з низкою несподіваних труднощів. Ось чому до початку експортної діяльності необхідно розробити стратегію. Однак до початку її розробки фірмі слід зрозуміти деякі основні проблеми, пов'язані з експортом. Крім проблем, загальних для міжнародного бізнесу взагалі, а не тільки експортної діяльності, наприклад мови і культурних відмінностей, новачки часто стикаються з завданнями, при вирішенні яких виникають помилки, перелічені нижче:

- нездатність залучити кваліфікованих експертів з експорту і розробити основний план міжнародного маркетингу до початку експортної діяльності;

- недостатня готовність вищої ланки керівництва до подолання початкових труднощів і коригування потреби у фінансових коштах для експортної діяльності;
- недостатня ретельність у виборі закордонних агентів і оптовиків;
- гонитва за замовленнями з будь-якої країни світу, а не створення бази для розгортання прибуткових операцій і упорядкованого зростання;
- нездатність вести справи з іноземними оптовиками на тих же підставах, що і з конкурентами на внутрішньому ринку;
- небажання модифікувати продукцію відповідно до державним регулюванням або культурними уподобаннями в інших країнах;
- нездатність видавати службову, комерційну та гарантійну документацію на мовах, прийнятих торговими партнерами за кордоном;
- нездатність залучити компанію, що спеціалізується на управлінні експортною діяльністю, або іншого посередника в області маркетингу, коли фірма не має у своєму розпорядженні людьми, які вміють виконувати спеціалізовані функції.

Ще одна проблема, з якою стикаються експортери, пов'язана з мінливістю політики країн-імпортерів. Держава може запропонувати фірмам певні стимули і в будь-який час відмовитися від них.

Всі перераховані вище типові помилки експортерів доводять необхідність розробки стратегії експорту.

Експортна стратегія дозволяє використовувати потенціал і компетенції компанії, вчасно реагувати на зміни, що відбуваються, використовувати різні тенденції.

Проблема розробки експортних стратегій є відносно новою як для вітчизняного бізнесу, так і для економічної науки. На українських підприємствах досі не сформовано традиції стратегічного планування експортної діяльності, що пояснюється необхідністю глибокої трансформації культури господарювання протягом тривалого часу. Тим не менш, у вітчизняній літературі проблемі розробки експортної стратегії

приділяється значна увага, через що на сьогодні не існує єдиного тлумачення її сутності.

Перш ніж перейдемо до розгляду визначення категорії «експортна стратегія», визначимо сутність поняття «стратегія» (табл. 1.1.)

Таблиця 1.1.

Теоретичні підходи до визначення поняття «стратегія»

Автор	Визначення
Чандлер А.	Стратегія - метод визначення довгострокових цілей компанії, програми дій і пріоритетних напрямків по використанню ресурсів.
Ансофф И.	Стратегія - метод визначення основних цілей для корпоративного, ділового і функціонального рівнів.
Портер М.	Стратегія - спосіб реагування компанії на зовнішні можливості і загрози, а також сильні і слабкі сторони.
Г. Минцберг	Стратегія - послідовна, узгоджена і інтегрована структура управлінських рішень

Джерело: розроблено автором на основі [1;5;9; 25]

Таким чином, в результаті аналізу поняття «стратегія» можна зробити висновок, що вчені дають ідентичні значення цього визначення.

На наш погляд, стратегія являє собою напрямок досягнення бажаного стану соціально-економічного розвитку підприємства на основі реалізації внутрішнього потенціалу і максимального використання позитивного напрямку зовнішнього впливу. Для визначення поняття «експортна стратегія» розглянемо тлумачення цього терміна різними авторами. Підходи до визначення поняття «експортна стратегія» наведено в табл. 1. 2.

Таблиця 1.2.

Теоретичні підходи до визначення поняття «експортна стратегія»

Автор	Визначення
Рокочі В.В.	довгостроковий курс експортної діяльності, що містить комплекс завдань з розвитку власне комерційної, а також інвестиційної, науково-технічної, виробничої та сервісної діяльності з зарубіжними партнерами та систему заходів, направлених на вирішення поставлених завдань.
Олін Б.	основоположна програма дій, у якій визначаються пріоритетні напрями діяльності підприємства на зовнішньому ринку з врахуванням наявних у нього ресурсів та вимог зарубіжного ринку.
Шевельова Д.	комплекс дій, спрямований на поглиблення та розширення експортної діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу поряд з додержанням загальнодержавних інтересів.
Бочаєва З.	процес розгляду альтернативних варіантів у сфері експорту, що належать до довгострокових цілей, та їх обґрунтування для прийняття рішень.
Кредісова А., Дерев'яненко О.	управлінський процес зі створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями підприємства у сфері експорту та його потенційними можливостями.

Джерело: розроблено автором на основі [3;6;9;14;24;28]

Так, на думку Рокочі В.В. експортна стратегія — довгостроковий курс експортної діяльності, що містить комплекс завдань з розвитку власне комерційної, а також інвестиційної, науково-технічної, виробничої та сервісної діяльності з зарубіжними партнерами та систему заходів, направлених на вирішення поставлених завдань [1, с.37].

Б. Олін визначає експортну стратегію як основоположну програму дій, у якій визначаються пріоритетні напрями діяльності підприємства на

зовнішньому ринку з врахуванням наявних у нього ресурсів та вимог зарубіжного ринку [2, с 76].

У роботі Шевельова Д.В. стратегію експорту підприємства визначено як комплекс дій, спрямований на поглиблення та розширення експортної діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу поряд з додержанням загальнодержавних інтересів [3, с.43]. Дане визначення є, на наш погляд, одним з найзмістовніших, оскільки підкреслює виключну роль обґрунтованої експортної діяльності у забезпеченні загальнодержавного добробуту.

На думку Бочаєвої З.Н., експортна стратегія — процес розгляду альтернативних варіантів у сфері експорту, що належать до довгострокових цілей, та їх обґрунтування для прийняття рішень [4, с.101, 103]. Дане тлумачення більшою мірою підходить для визначення стратегічного планування, проте наголошує на доцільності безперервності даного процесу, що є його безперечною перевагою.

Визначення експортної стратегії як управлінського процесу зі створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями підприємства у сфері експорту та його потенційними можливостями знаходимо також у роботі Кредісова А. та Дерев'яненко О. [5, с. 55].

Складність теоретичного узагальнення сутності експортної стратегії полягає у відсутності універсальних вимог щодо її змісту, оскільки останній значною мірою визначається розмірами та напрямом діяльності підприємства, що її реалізує. Проте мінливість зовнішнього середовища, відчутна міжнародна конкуренція та орієнтація на зовнішні ринки посилюють актуальність стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах усіх сфер діяльності.

З точки зору ринкової діяльності, експортна стратегія:

- змінює засновані на інтуїції підходи до експортної діяльності;
- визначає напрямки поетапного розвитку компанії на зарубіжних ринках;

- обґрунтовує вибір країни на основі розрахунків, маркетингових досліджень зарубіжного ринку, міжнародної інтеграції і перспектив розвитку торгових відносин з іншими країнами;
- заснована на оцінці не тільки можливостей компанії, але і напрямків розвитку всіх ресурсів;
- систематизує процеси, визначає пріоритети використання ресурсів;
- містить обґрунтований бюджет, що дозволяє відмовитися від фінансування експорту за залишковим принципом "на що вистачить грошей".

Експортна стратегія підприємства це довгостроковий план дій, що визначає пріоритетні напрямки, цілі та завдання діяльності підприємства на зовнішніх ринках з урахуванням прогнозів попиту, вимог зарубіжних споживачів і наявних у підприємства ресурсів.

Мета експортної стратегії - збільшення обсягів продажів і отримання прибутку на зарубіжних ринках в довгостроковому періоді.

Формування експортної стратегії підприємств повинно здійснюватися в наступному порядку:

1. Визначення ємності зарубіжних ринків.
2. Прогнозування потреб споживачів.
3. Аналіз і прогнозування діяльності конкурентів.
4. Розробка загальної експортної стратегії підприємства.
5. Розробка приватних експортних стратегій з регіональних ринків і продуктів.
6. Обґрунтування періоду планування.
7. Визначення ресурсів.
8. Вибір пріоритету за витратами.
9. Оцінка ефективності стратегії.

Визначення ємності зарубіжних ринків проводиться на основі маркетингових досліджень. Маркетинговою службою підприємства оцінюються і прогнозуються можливості розширення експорту підприємства в трьох головних напрямках: збільшення продажів традиційної продукції в

уже освоєних секторах ринку; збільшення продажів нової продукції на зарубіжних ринках; збільшення продажів продукції шляхом виходу на нові ринки. Аналізуються і прогножуються потреби споживачів і дії конкурентів.

Крім загальної експортної стратегії необхідно виділяти приватні стратегії, що розробляються для конкретних сегментів зарубіжних ринків, конкретних видів продукції і виробничих підрозділів підприємства, які здійснюють випуск експортного асортименту. В даний час найбільш ефективними видами приватних експортних стратегій, є наступні. Стратегія сегментації ґрунтується на визначенні цільових сегментів зарубіжних ринків, що характеризуються наявністю можливостей для реалізації продукції, яку виробляє підприємство [26].

Інноваційна стратегія - являє собою вихід на зарубіжний ринок з новими товарами, що відрізняються унікальними характеристиками і мають конкурентні переваги перед товарами-конкурентами. Популярність торгової марки дозволяє більш успішно пропонувати нові товари споживачам, знайомим з іншими товарами підприємства. Стратегія диверсифікації полягає у включенні в експортну програму підприємства номенклатури і асортименту продукції, спрямованої на задоволення потреб різних сегментів зарубіжних ринків [14].

Стратегія інтернаціоналізації - освоєння зарубіжних ринків не тільки за допомогою експорту продукції, але і за рахунок створення виробничих потужностей за кордоном, що дозволяє, зокрема, зменшувати транспортну складову у вартості продукції при подальшому її збуті на ринку і обходити наявні в країні торговельні бар'єри і обмеження на імпорт.

Стратегія кооперації є тісна співпраця з іноземними партнерами шляхом створення спільних підприємств, спільної торговельної марки, що дозволяє використовувати переваги, пов'язані зі знанням іноземних партнером особливостей ринку і можливістю використання виробничих площ і трудових ресурсів партнера. Формування і реалізація експортної стратегії здійснюється в рамках загальної стратегії діяльності підприємства.

Узгодження стратегій підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках визначається межами рентабельності діяльності підприємства на кожному з них. Диференціації горизонтів і інтервалів планування для різних ринків і видів продукції дозволяє оптимізувати ресурси підприємства при здійсненні експортної стратегії, виділивши короткострокові, середньострокові і довгострокові цілі і завдання підприємства на зарубіжних ринках.

Реалізація експортної стратегії ставить перед підприємствами завдання формування необхідного експортного потенціалу, тобто виробничих, технологічних, інноваційних, кадрових, фінансових і комерційних ресурсів, що дозволяють підприємству виконати завдання з виробництва та реалізації продукції на зарубіжних ринках в асортименті та обсязі, передбаченому цілями експортної стратегії в кожному періоді планування.

Алгоритм розробки експортної стратегії представлений на рис. 1.1.

Визначення цілей - це перший крок при формуванні стратегії. У практичному поданні мета - це те, що ми бажаємо досягти, реалізувати. Від цілей експортної діяльності залежить побудова всієї стратегії і тактики поведінки фірми на міжнародній арені.

На визначення цілей експорту впливають такі чинники [25]:

- розвиток внутрішнього ринку (насичення товарами, посилення тиску конкурентів, дії уряду), при якому вигідно вкладати капітали за кордон;
- активність закордонного конкурента і його успіхи на внутрішньому ринку;
- подолання залежності від внутрішнього ринку і "розсіювання" ризику шляхом завоювання іноземних ринків;
- вирішення проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку;
- поліпшення завантаження наявних і додатково створених потужностей;
- зниження основних статей витрат шляхом використання різних форм виробництва продукції за кордоном;

- використання державних програм сприяння експорту;
- підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій;

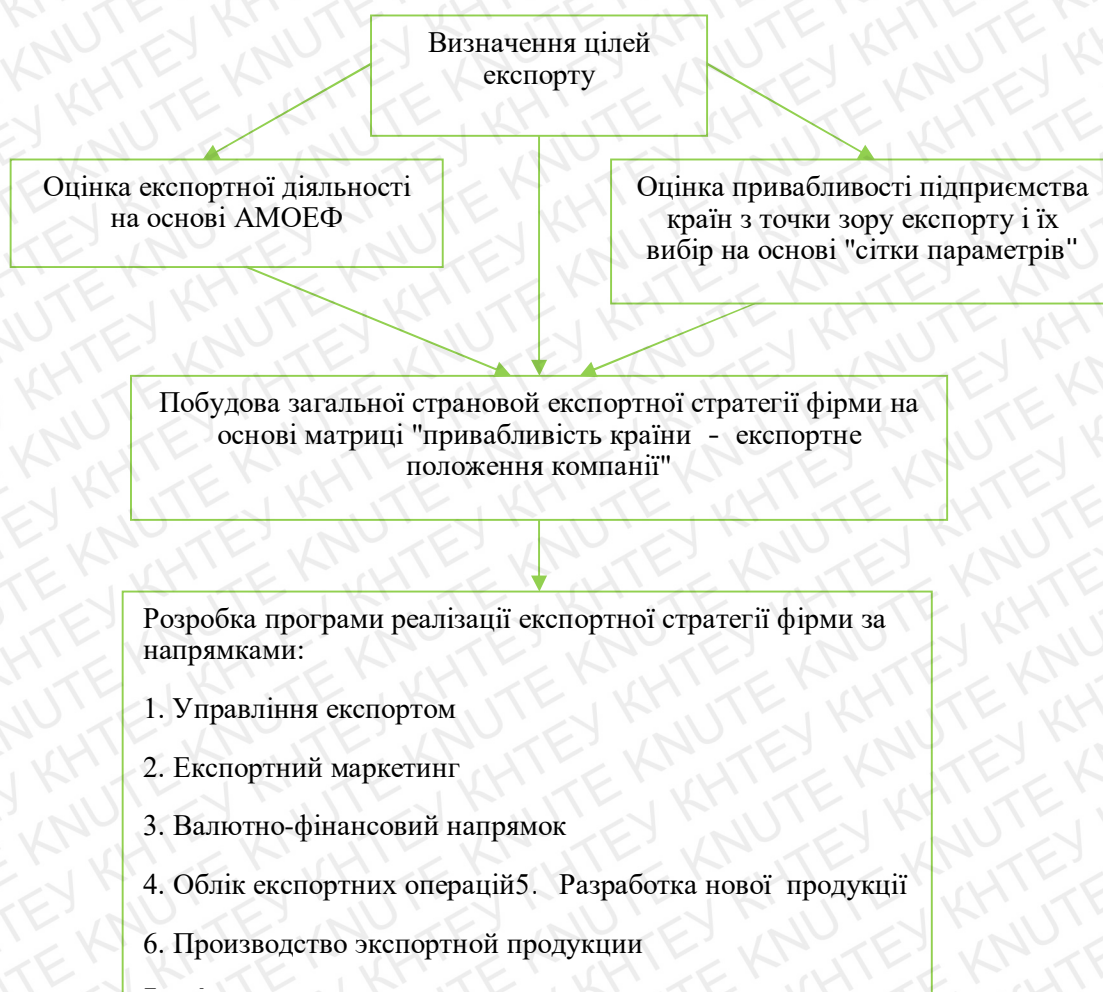


Рис. 1.1. Алгоритм розробки експортної стратегії

Джерело: розроблено автором на основі [17,24,30]

- компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах;
- забезпечення довгострокового успішного збуту і відповідно економічного зростання;
- зниження загального ризику шляхом віднесення його на більший обсяг продукції в штуках, частина з яких проводиться на своїх закордонних філіях;

- вивільнення висококваліфікованого кадрового персоналу для вирішення більш складних завдань у своїй країні шляхом перенесення за кордон виробництва окремих виробів і комплектуючих до них;

- стабілізація цінової політики та розширення рамок для її здійснення на внутрішньому і зовнішніх ринках, із застосуванням регресії якості продукції.

Дані фактори є компонентами загальних цілей, до яких можна віднести [17]:

- розширення збуту. Вітчизняний ринок збуту, обмежений кількістю покупців продукції даної фірми і їх купівельною спроможністю. Однак кількість таких покупців і їхня купівельна спроможність істотно зростають, якщо розглядати дане питання в міжнародному масштабі. Ясно, що більш високий рівень збуту означає і вищий рівень прибутку, що є необхідною умовою міжнародного бізнесу за визначенням;

- диверсифікація збуту. Зазвичай компанії вважають за краще не допускати великих коливань в рівні своїх продажів і прибутків. Для цього вони шукають відповідні зарубіжні ринки для збуту. Інші фірми користуються тим, що економічні цикли в країнах світу не збігаються. Таким чином, коли в одній країні, яка набрала в період спаду, рівень продажів знижується, він підвищується в іншій, яка знаходиться на стадії економічного підйому. Це дозволяє фірмі знизити збиток від коливань цін або дефіциту в будь-якої конкретної країни.

Важливий етап у формуванні експортної стратегії підприємства - оцінка його діяльності в цій галузі. Необхідно оцінити експортну діяльність фірми, так як в умовах ринкової економіки виробник, який постачає свої товари за кордон, не може тривалий час займати стійкі позиції, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності товару, тобто, не враховуючи витрат на його створення і реалізації [30].

При вступі на новий для себе ринок, при ухваленні рішення про розширення виробництва або його скорочення, при здійсненні інвестицій з

метою модернізації технологічного обладнання або оновлення продукції, що випускається потрібно вже оцінка виробника, а не окремого товару.

Наступний етап у формуванні експортної стратегії - оцінка і вибір країн для здійснення експорту. Оцінка країн відбувається не тільки по об'єктах діяльності даної фірми, а й по всьому світовому ринку товарів, які випускає дане підприємство. Суть даної оцінки полягає у вивченні (скануванні) альтернатив, з тим, щоб особи, відповідальні за прийняття рішень, могли більш детально проаналізувати попередньо відібрані можливі варіанти країнового експорту. Це корисний підхід - в іншому випадку компанії довелося б вивчати або занадто мало, або занадто багато можливостей експорту [29].

При цьому у компанії існує два види ризиків [24]:

- 1) ризик втратити цікаві можливості;
- 2) ризик надмірності альтернатив.

Можливість уникнути ці ризики - проведення сканування країнових альтернатив.

Експортна стратегія компанії оформлюється у формі документа, якому характерні такі особливості [40]:

- це робочий документ, який потребує постійного коригування на основі моніторингу досягнень;
- документ, в якому кількість сторінок чітко не фіксується (це може бути і 5-6 сторінок, а може бути і 200 - все залежить від бачення власника і керівника компанії);
- не має чітко регламентованої структури і форми, затвердженої яким - або контролюючим органом;
- не є документом суворої звітності;
- розробляється за бажанням власника і керівництва компанії.

Орієнтовна структура експортної стратегії представлена в Додатку А.

Такий документ, як "Експортна стратегія компанії" дозволяє:

1. Визначити відношення компанії до експорту. Важливо зрозуміти, для компанії експорт - це:

- пріоритетний напрямок діяльності або будь-які разові можливості;
- разові угоди або постійні поставки на зарубіжний ринок;
- короткострокове присутність на ринку однієї країни або довгострокове і поетапне освоєння ринків в різних країнах.

2. Оцінити потенціал товару/послуги на міжнародному ринку.

Експортним товаром може бути [41]:

- існуючий продукт, який не потребує змін;
- існуючий продукт, який потребує змін;
- новий продукт, який можна виробляти на наявних потужностях;
- абсолютно новий продукт, для виробництва якого необхідна адаптація виробничих потужностей і технології;
- продукт для однієї країни;
- єдиний продукт для різних країн.

3. Більш ефективно управляти процесами в сфері експорту, передбачити зміни, зосередитися на поставлених цілях і поетапно контролювати досягнуті результати [54]:

- Приймати обгрунтовані рішення про вибір країни;
- Під час реагувати на зміни, що відбуваються в різних країнах;
- розвивати компетенції співробітників;
- економія ресурси;
- порівнювати досягнуті результати з планом, розуміти причини відхилень і під час реагувати на ринкові зміни на основі постійного моніторингу експортної діяльності.

Ознайомити з намірами компанії в сфері експорту всіх зацікавлених осіб - власників, інвесторів, покупців, широкий загал, співробітників, залучених в експортну діяльність.

Визначити необхідні для експорту матеріальні, трудові, фінансові і часові ресурси.

Експортна стратегія компанії оформлюється у формі документа, якому характерні такі особливості [60]:

- це робочий документ, який потребує постійного коригування на основі моніторингу досягнень;
- документ, в якому кількість сторінок чітко не фіксується (це може бути і 5-6 сторінок, а може бути і 200 - все залежить від бачення власника і керівника компанії);
- не має чітко регламентованої структури і форми, затвердженої яким - або контролюючим органом;
- не є документом суворої звітності;
- розробляється за бажанням власника і керівництва компанії.

1.2. Особливості експорту виробничих підприємств

Рішення проблеми виходу виробничих підприємств на міжнародний ринок передбачає, як правило, з'ясування двох основних питань: мотивів підприємств до виходу на зовнішні ринки і факторів, що визначають вибір форми виходу підприємств на зовнішні ринки [4, с. 13].

В. Алексунін в своїй праці зазначає наступні мотиви: можливість продовження життєвого циклу товару; підвищення престижу фірми, пов'язане з виходом на зовнішні ринки, прагнення наблизитися до споживача з метою зниження витрат і отримання можливості більш гнучко реагувати на зміни ринку; поява сприятливих умов для проникнення на нові зарубіжні ринки збуту продукції [1]. Для отримання доступу на зарубіжні ринки виробниче підприємство повинне пройти кілька етапів, кожен з яких має свої особливості (табл. 1.3.):

1. Етап пробного експорту.
2. Етап екстенсивного експорту.
3. Етап інтенсивного експорту.

4. Етап експортного маркетингу.
5. Етап міжнародного маркетингу.
6. Етап глобального маркетингу [3, с.135].

Таблиця 1.3.

Характеристика діяльності компанії на різних фазах експорту

Фаза експорту	Характеристика фази
Пробний експорт	Досить поверхневі дії, що базуються на односторонньому русі вітчизняної продукції та вмінні продавати. Багатообіцяючі початкові прибутки, але повторних замовлень немає. Доходи невеликі, а витрати занадто високі.
Екстенсивний експорт	Охоплена незначна кількість ринків, які згруповані по 3-м категоріям: основні, другорядні, третьорядні. Доходи невеликі, витрати високі.
Інтенсивний експорт	На незначній кількості ринків проводиться обмеження асортименту експортної продукції до рівня найбільш прийнятного для конкретного ринку. Зарубіжні контакти продовжують залишатися додатком вітчизняного ринку.
Експортний маркетинг	Фірма розвиває двосторонні відносини зі своїми експортними ринками. Продукцію пристосовують до споживачів зарубіжної клієнтури. Маркетингових комунікацій надається міжнародний вигляд з відповідним використанням іноземних мов.
Міжнародний маркетинг	Внутрішній ринок втрачає першорядне значення. Зарубіжні ринки відіграють вирішальну роль у формуванні концепції маркетингу у даної фірми.
Глобальний маркетинг	Фірма більше не орієнтується на власну країну.

Джерело: розроблено автором на основі [2,3,4,9,60]

Кожна фаза експортної діяльності передбачає внесення стратегічних змін в організаційну структуру компанії, а також перегляд цінової політики. Слід зазначити, що існує певна специфіка в діяльності малих і середніх підприємств, яка неодмінно повинна бути врахована при розробці стратегії проникнення на зовнішній ринок.

У процесі проникнення на зовнішні ринки фірма повинна вибирати такі сегменти, в яких її база дає переваги і які не отримали достатнього розвитку або з'являються тільки в зарубіжних країнах. Увага місцевих фірм або міжнародних конкурентів, які базуються в інших країнах, часто буде направлено на інші питання, тому вони будуть погано підготовлені до боротьби.

Другий керівний принцип для проникнення на зовнішні ринки - це наслідувати приклад багатонаціональних компаній. Це не тільки забезпечить «зчеплення», але також призведе до сегментів, де місцеві фірми можуть виявитися в невігідному положенні [9, с.651].

Вибір стратегії виходу в першу чергу пов'язаний з роллю і масштабами зовнішньоекономічної діяльності для конкретного підприємства.

В. Василенко зазначає, що вибір стратегії багато в чому залежить від циклічності розвитку, точніше на етапі, на якому підприємство знаходиться в його розвитку, і зазвичай здійснюється на основі визначення першого «П»: стратегія - план; стратегія - принципи поведінки, стратегія - позиція, стратегія - перспектива, стратегія - прийом (маневр) [2, с. 442].

Отже, основні цілі, з якими підприємства йдуть на зовнішні ринки, - це максимізувати прибуток за рахунок збільшення обсягу продажів товарів і послуг на зовнішньому ринку і забезпечення довгострокових успішних продажів і, відповідно, економічного зростання. Успішна робота компанії на висококонкурентному зовнішньому ринку дає поглиблений аналіз всіх плюсів і мінусів і рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок. Після того, як компанія вирішила продавати товари в тій чи іншій країні, вона повинна вибрати стратегію для входу на обраний ринок.

Політика сильних фірм полягає в наступному: максимізація переваг їх лідируючих позицій, зміцнення позицій; розгортання бізнесу в нових видах діяльності для фірми, в разі занепаду, необхідно зосередитися на диверсифікації. Слабкі сторони повинні вибирати стратегії, що ведуть до їх

зростання, якщо такі стратегії відсутні, то вони повинні залишити таку економічну діяльність.

Американські стратегічні планувальники запропонували матрицю для вибору стратегій. На рис. 1.2. представлені основні стратегії в залежності від двох параметрів: динаміка зростання ринку і конкурентне становище фірми.

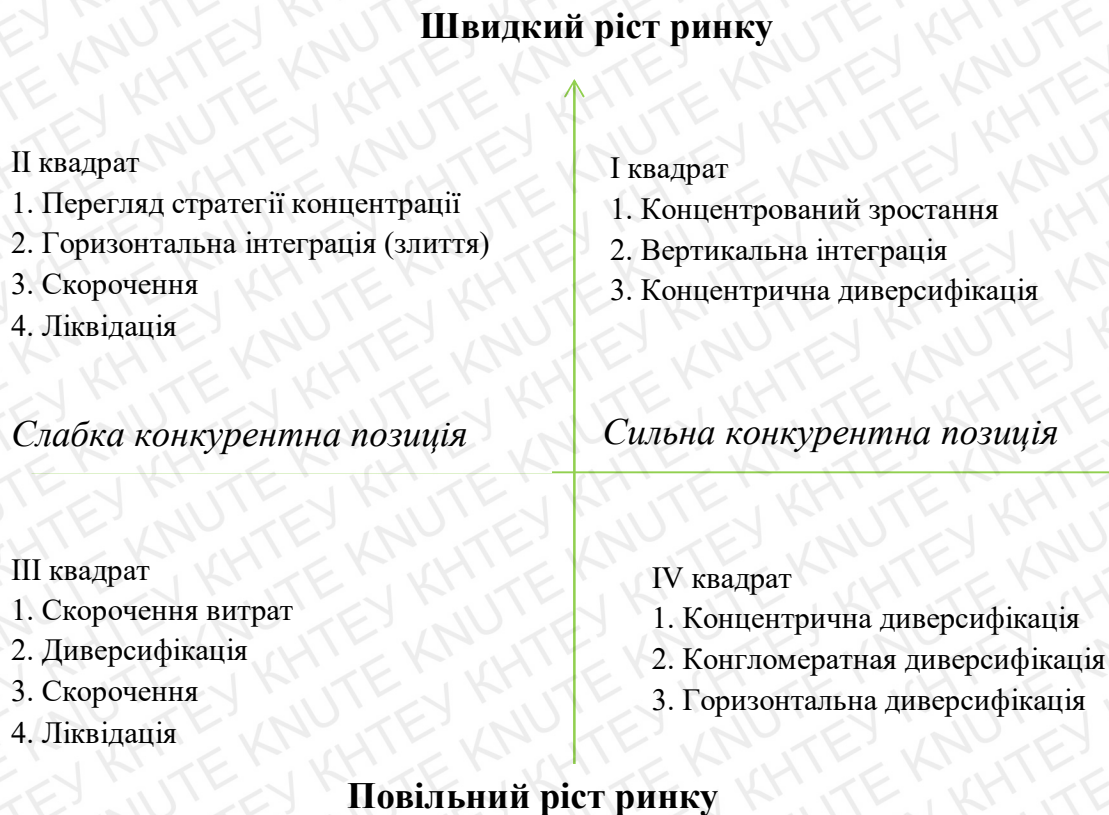


Рис. 1.2. Матриця стратегій Томпсона і Стрікланд

Джерело: розроблено автором на основі [2,9]

Незважаючи на всі складнощі, пов'язані з виходом на зовнішній ринок, розробка грамотної стратегії по виходу і зміцненню на зовнішньому ринку є необхідною умовою для успіху компанії в міжнародних конкретних умовах. Наявність конкурентоспроможної продукції є необхідною, але недостатньою умовою ефективного експорту. В сучасних умовах господарювання, які характеризуються тотальною конкуренцією, насиченістю ринків безліччю товарів високої якості з різними споживчими властивостями значення

політики просування продукції на ринок істотно підвищується. Тому розробка заходів, пов'язаних з ефективним просуванням товарів на ринок стає для підприємства важливим завданням, що забезпечує його конкурентоспроможність і економічну стійкість, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

На відміну від торговельних підприємств, виробниче підприємство повинно мати чітку стратегію виходу нового товару на зовнішній ринок, з урахуванням усіх конкурентних характеристик товару та його унікальності. Експортна стратегія повинна базуватися саме на аналізі зовнішнього ринку, його потреб і конкуренції на ньому. Виробниче підприємство може експортувати продукцію самостійно, або ж через посередників(прямий і непрямий експорт) . Підприємства, що тільки починають свою експортну діяльність, частіше використовують непрямий експорт. Це пояснюється тим, що такий експорт потребує меншого обсягу капіталовкладень, оскільки підприємству не доводиться створювати за кордоном власний торговий апарат або налагоджувати мережу контактів. По-друге, за непрямого експорту підприємство менше ризикує. Оптовою реалізацією товару займаються посередники, які застосовують у цій діяльності свої специфічні професійні знання, уміння і послуги, і тому продавець, як правило, робить менше помилок.

Прямий експорт використовують підприємства з більшим досвідом і стабільним капіталом. При наявності власних коштів на доставку товару, підприємство може забезпечити експорт самостійно, не витрачаючи кошти на забезпечення діяльності посередників. До того ж , виробник може спостерігати ситуацію на ринку, реакцію споживача на товар, що призводить до більш грамотного і ефективного експорту.

При здійсненні експортної діяльності виробничого підприємства та виборі правильної експортної стратегії, важливе місце займає стратегічний аналіз зовнішнього середовища.

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища являє собою комплексне дослідження зовнішнього середовища організації (промисловості, конкурентів, споживачів, постачальників) з метою оцінки можливостей і загроз, вибору і розробки оптимальної економічної стратегії серед можливих альтернатив.

Зовнішній відділ відповідає за зовнішній аналіз (маркетингове обслуговування).

Макро-середовище створює умови діяльності організації і в основному не специфічна для конкретної організації, але ступінь впливу середовища на організацію різна. У той же час навіть великі організації не надають зворотного впливу на макросередовища. Це є причиною і умовою обмеження або розширення сфери діяльності організації, що веде у себе необхідні зміни.

Деякі вчені вважають, що можна обмежитися аналізом чотирьох груп факторів: політичних, економічних, соціальних і технологічних (від англ. PEST-аналіз).

Аналіз різних факторів макроорієнтації повинен проводитися не автономно, а систематично, контролюючи як власні зміни певного фактора, так і його вплив на інших. Ступінь впливу окремого фактора макроекономіки на певні організації варіюється в залежності від розміру організації, галузевої приналежності, територіального розміщення та т. д. Наприклад, вважається, що великі організації надають більший вплив на макропрофілі, ніж малих, тому при вивченні необхідно визначити, які з зовнішніх факторів кожного компонента найбільше впливають на їх діяльність, а також які з них є потенційними носіями загроз або можливостей. Вивчення компонента макрокруження не повинно закінчуватися лише заявою, в якому стані вони розташовані, воно також передбачає майбутні загрози і можливості.

Другий компонент зовнішнього середовища - це безпосередня середовище, яке охоплює і її елементи, з якими організація знаходиться в безпосередньому контакті. Доведено розглядом методології вивчення навколишнього середовища, запропонованої М. Портером. він вважав, що

здатність організації реалізувати свою перевагу на ринку залежить не тільки від конкуренції між виробниками товарів, що діють на ринку, але і в результаті взаємодії чотирьох інших факторів: потенційних конкурентів, замінників, покупців, постачальників (рис. 1.3.). Саме взаємодія цих конкурентних сил визначає потенціал безпосереднього середовища організації.



Рис. 1.3. Модель п'яти конкурентних сил Портера

Джерело: розроблено автором на основі [15,17]

Конкуренти: конкуренти в галузі, які виробляють аналогічні продукти і продають їх на одному і тому ж ринку, замінники, потенційні конкуренти.

Покупці: географічне положення, демографічні характеристики (вік, освіта, сфера діяльності і т. д.), соціально-психологічні характеристики (ситуація в суспільстві, манера поведінки, смаки, звички, традиції і т. д.), ставлення покупця до продукту.

Постачальники: рівень спеціалізованого постачальника, важливість для постачальника продажів, вартість товару, що продається, гарантія якості товарів, пунктуальність і зобов'язання виконувати умови доставки товару.

При побудові системи факторів для аналізу зовнішнього середовища необхідно враховувати такі екологічні властивості: взаємозв'язок, складність, динамізм і мобільність, невизначеність. При виборі факторів необхідно уважно стежити за тим, що вони не повторюються, правильно застосовуються до одного розділу або іншому, були значними і мали реальні відносини з фірмою. Необхідно уникати помилок при визначенні того, що є можливість, і що - загроза. Слід також враховувати, що окремі компоненти навколишнього середовища роблять різний вплив на окремі підприємства. Ступінь впливу залежить, як правило, від розміру та галузевої належності підприємства, місця розташування і якості управління і т. Д. Основний висновок тут полягає в тому, що кожна компанія повинна з'ясувати для себе, які зовнішні фактори роблять значний вплив на їх діяльність і ретельно досліджувати їх.

Таким чином, у зовнішньому середовищі постійно відбуваються процеси, які відкривають нові сприятливі умови для організації або, навпаки, створюють додаткові труднощі. Роль зовнішньої діагностики полягає у визначенні можливостей і загроз організації, які містять віддалену і безпосередню середу.

Можливості (opportunities) - альтернативи, які може використовувати підприємство для досягнення стратегічних цілей (результатів).

Загрози (threats) - будь-які процеси або явища, що перешкоджають руху підприємства або організації в напрямку досягнення своїх місії та цілей.

На практиці при ідентифікації та аналізу зовнішніх можливостей і загроз застосовують прийоми ранжування та імовірнісної оцінки факторів. При цьому можуть бути використані дві методики:

- вибір парних факторів можливостей і загроз (н-р, зростання грошових доходів населення - це можливість, а зменшення - це загроза)
- фактори можливостей і загроз - незалежні.

При виборі парних факторів можливостей і загроз для кожного з n факторів вибирається певна оцінка за 10-бальною шкалою, якою вимірюється

ступінь важливості факторів, - V_i і U_i для можливостей і загроз відповідно, де i - номер фактора (повинно виконуватися умова $V_i = U_i$).

Для кожної пари можливостей і загроз визначаються ймовірності P_{vi} і P_{yi} таким чином, щоб дотримувалася умова $P_{vi} + P_{yi} = 1$.

Типовий перелік можливостей і загроз наведені в таблиці 1.4.

Таблиця 1. 4.

Типовий перелік можливостей і загроз зовнішнього оточення

Можливості	Загрози
<input type="checkbox"/> Вихід на нові ринки або сегменти ринку <input type="checkbox"/> можливості розширення виробництва, збуту <input type="checkbox"/> можливість вертикальної інтеграції <input type="checkbox"/> прискорення зростання ринку товарів номенклатури підприємства <input type="checkbox"/> зменшення конкурентного тиску <input type="checkbox"/> статичність конкурентного середовища <input type="checkbox"/> можливість виходу на зовнішній ринок <input type="checkbox"/> розвиток ринкових відносин <input type="checkbox"/> стабільність в суспільстві <input type="checkbox"/> можливість використання новітніх технологій, обладнання <input type="checkbox"/> збільшення частки трудових ресурсів з вищою освітою на ринку робочої сили <input type="checkbox"/> зниження податкових ставок <input type="checkbox"/> збільшення курсу національної валюти <input type="checkbox"/> зростання доходів населення <input type="checkbox"/> зниження темпів інфляції <input type="checkbox"/> введення в дію сприятливих законодавчих актів для підприємств <input type="checkbox"/> сприятливі природні чинники <input type="checkbox"/> ослаблення позицій постачальників	<input type="checkbox"/> Спад виробництва товарів номенклатури підприємства <input type="checkbox"/> високі податкові ставки <input type="checkbox"/> уповільнення зростання ринку товарів номенклатури підприємства <input type="checkbox"/> зниження курсу національної валюти <input type="checkbox"/> нестабільність в суспільстві <input type="checkbox"/> поява нових конкурентів <input type="checkbox"/> посилення конкурентного тиску <input type="checkbox"/> значній мірі зміни потреб, смаків та уподобань покупців <input type="checkbox"/> несприятливі демографічні зміни <input type="checkbox"/> посилення позицій (торгової сили) покупців і постачальників <input type="checkbox"/> несприятлива політика уряду <input type="checkbox"/> моральне старіння діючої технології в сфері функціонування підприємства <input type="checkbox"/> скорочення доходів споживачів <input type="checkbox"/> збільшення темпів інфляції <input type="checkbox"/> введення в дію несприятливих законодавчих актів для підприємств

Джерело: розроблено автором на основі [17,19]

Кожну складову зовнішнього середовища можна аналізувати різними способами: побудова сценаріїв і економіко-математичних моделей для виявлення взаємовпливу факторів тощо. Найпоширенішою є таблична форма, яка використовується для концентрації інформації, підбраної з періодичних видань, отриманої в ході співбесід, конференцій, з письмових довідок експертів тощо

1.3 Методи оцінки експортних стратегій підприємства

З розвитком зовнішньоторговельних зв'язків експортно-імпорتنі операції набувають все більшої популярності не тільки як додатковий канал збуту продукції та її закупа, але і як один з факторів зниження витрат підприємства, отримання більшої надприбутки і, як наслідок, досягнення підвищення конкурентоспроможності. Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності існують різні методики, які, в свою чергу включають в себе перелік всіляких показників. В якості основної методики аналізу ефективності експортних операцій ми вибрали методику, представлену на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Методи оцінки експортної стратегії підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [13,16]

Дана методика пропонує розглядати експортні операції в три етапи. Спочатку проводиться аналіз зовнішньої і внутрішньої макросередовища, оцінка ринку, конкурентів, наявності бар'єрів для входження на ринок, актуальність і перспективи розвитку. Все це в цілому допомагає спрогнозувати можливе зростання або спад прибутку підприємства в залежності від динаміки розвитку та основних тенденцій присутніх в даний момент.

Другим етапом аналізу ефективності експортних операцій є докладний розгляд основних показників зовнішньоекономічної діяльності протягом певного періоду часу (мінімум 3 роки), що дає результати про позитивну або негативну динаміку розвитку.

Третій етап - безпосередній розрахунок показників економічної ефективності експорту. Підходів до аналізу досить багато, ми розглянемо чотири основні підходи з переліком необхідних показників для визначення ефекту та ефективності експортної діяльності підприємства (рис. 1.5.).

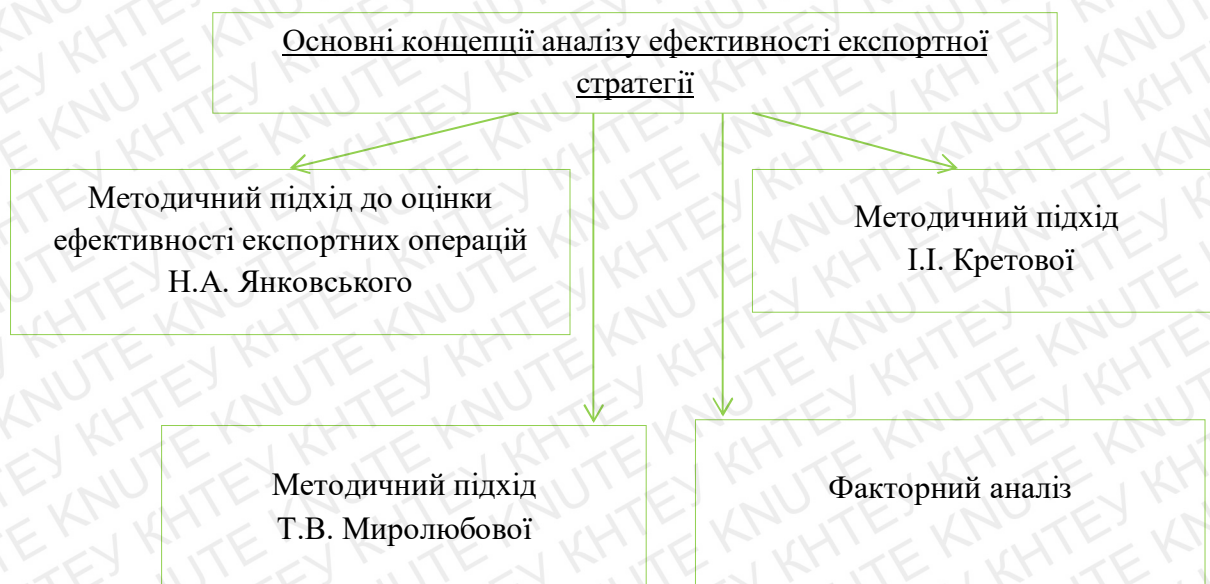


Рис. 1.5. Основні концепції аналізу ефективності експортної стратегії підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [17,25]

Для аналізу деяких проектів на дієвість, сучасною економічною теорією був сформований потужний апарат аналізу. Відповідно до принципів фінансового аналізу кожна торгова угода, включаючи і зовнішньоекономічну, являє собою об'єкт інвестицій коштів і внаслідок цього може бути піддана процесу оцінки на ефективність за допомогою одного або декількох головних методів, а саме:

- метод окупності;
- метод розрахунку рентабельності;
- метод чистої приведеної вартості;
- метод аналізу внутрішньої норми прибутковості;
- метод розрахунку рівня показника «вигоди-витрати».

Зовнішньоекономічна угода ефективна, якщо в процесі аналізу по одному з вищеназваних методів буде дотриманий критерій результативності, який справедливий для зазначеного методу.

Перспектива отримання високого прибутку і мінімізація втрат в умовах невизначеності зовнішньої торгівлі також диктують необхідність економічних розрахунків і в першу чергу розрахунків економічної ефективності зовнішньоторговельних операцій.

Під витратами розуміють вартісну (грошову) оцінку залучених ресурсів: ціна сировини, енергії, матеріалів, послуг сторонніх фірм, оплата праці, обов'язкові відрахування в бюджет і інші витрати, без яких операція, угода були б неможливі. Результати представляють собою грошову оцінку придбаного доходу: грошовий капітал за поставлені товари, виконані роботи і послуги, ціна отриманої продукції і т. д.

Економічна ефективність експортної операції визначається співвіднесенням всього комплексу матеріальних, трудових і фінансових витрат на виробництво товарів, що експортуються та реалізацію самої операції з фінансовими або іншими результатами даної операції.

Кількісний показник економічної результативності експортної операції встановлюється відношенням розміру чистої валютної виручки експортера до повних його витрат на виготовлення продукції і реалізацію експортної операції.

Також, чиста валютна виручка експортера є сумою валютних надходжень відповідно до умов контракту за мінусом всіх можливих витрат експортера в валюті на оформлення експортної операції: оплати мита (якщо вона передбачена), митних зборів та ін., переведених в гривневий еквівалент. Повні витрати експортера включають витрати на виробництво експортної продукції (якщо експортером є сам виробник продукції), а також весь комплекс додаткових витрат: за перевезення по території України до митного кордону, страхування, перевалку і ін.

Поставки товарів на експорт на умовах розстрочки платежу знижують прибуток експортера і економічну ефективність експортної операції, оскільки умови кредитування експортером покупця (відсоток за користування кредитом) свідомо нижче вартості банківського кредиту, залученого експортером для поповнення оборотних коштів на період наданої розстрочки платежу.

Здійснюючи розрахунок показників дуже важливо дотримуватися наступних принципових методологічних положень.

1) принцип максимально повного обліку всієї групи витрат і результату. Неповний облік витрат і отриманих результатів може спотворити всі висновки про оцінку дієвості конкретного заходу, рішення.

2) принцип зіставлення з базовим варіантом. За базовий варіант може бути взяті стан справ до процесу прийняття рішення, стан справ на ринку, у конкурентів. Неправильний вибір бази також може привести до спотворення оцінок.

3) принцип приведення витрат і результатів в такий же вид. Зіставляються коефіцієнти повинні бути порівняні. Наприклад, необхідно

приводити їх у порівнянний вид за якістю, обсягом, періоду часу і іншим параметрам.

4) принцип приведення різночасових витрат і результатів до одного періоду часу. Дотримання цього принципу є одним з основних положень теорії оцінки дієвості. Методи приведення різночасових витрат до одного періоду часу досить добре розроблені. Процес розрахунку показників дієвості буде залежати від різновиду операції на зовнішньому ринку, її умов, цілей та інших особливостей певної угоди. Розглянемо ряд загальних прикладів розрахунку індикаторів дієвості стосовно вивізним операціям.

У нинішніх умовах є маса методів, які дозволяють з точки зору різних підходів здійснити оцінку ефективності експортної стратегії підприємства. Розглянемо найбільш поширені з них.

1. Методичний підхід Т.В. Миролубовой. У процесі експорту товарів організація може отримати як прямий економічний ефект від удосконалення фінансових результатів організації, так і непрямий від здешевлення виробничого процесу і т. д. За допомогою показників економічного ефекту вивезення виражається з кількісної сторони прямий економічний ефект зовнішньоекономічних операцій.

1.1 Економічний ефект вивезення визначають, як різницю між підсумком експорту організації і розміром витрат на вивіз:

$$EE_{\text{екс}} = O_{\text{в.ф.}} + V_p - Z_{\text{екс}} \quad (1.1.)$$

де $EE_{\text{екс}}$ - коефіцієнт економічного ефекту вивезення, грн.;

$O_{\text{в.ф.}}$ - грошовий еквівалент в гривнях відрахувань у валютний фонд організації, який визначається за допомогою перерахунку розміру валютної виручки в гривні за курсом на певну дату надходження валюти, грн.;

V_p - розмір гривневої виручки від обов'язкового продажу валюти, грн. ;

$Z_{\text{екс}}$ - розмір повних витрат організації на вивезення, грн.

В повні витрати організації на експорт продукції, крім виробничої собівартості, включаються накладні витрати з вивезення продукції і ряд експортних мит. Зазначені витрати збільшують витрати на виробництво і продаж продукції і на основі цього скорочують прибуток від продажів. Зниження накладних витрат призводить до збільшення ефективності експорту. На розмір накладних витрат впливає ряд наступних факторів:

- 1) витрати з транспортування: число (вага) вантажу, дальність шляху перевезення, страховка з транспортування, спосіб і умови транспортування;
- 2) витрати з перевалки: число (вага) вантажу, розмір ставки за перевалку, величина надбавки до тяжких і нестандартним вантажам;
- 3) витрати по зберіганню: число (вага) вантажу, час зберігання, спосіб зберігання, розмір ставки за зберігання.

1.2 Ефективність вивезення може бути визначена як відношення результатів до витрат:

$$E_{\text{екс1}} = (O_{\text{в.ф.}} + V_p) / Z_{\text{екс}} \quad (1.2.)$$

де $E_{\text{екс1}}$ - коефіцієнт економічної ефективності вивезення; Економічний сенс коефіцієнта ефективності полягає в тому, що він представляє, яка вигода, результат доводиться на кожен окрему гривню витрат. Необхідна умова ефективності експорту - значення показника повинно бути більше одиниці.

1.3 З метою прийняття найбільш обгрунтованого рішення з вивезення товарів коефіцієнт ефективності експорту $E_{\text{екс1}}$ зіставляється з показником дієвості виробництва і реалізації товарів на внутрішньому ринку:

$$E_{\text{екс2}} = O_{\text{екс}} / C_{\text{екс}} \quad (1.3.)$$

де $E_{\text{екс2}}$ - коефіцієнт економічної ефективності вивезення;

$O_{\text{екс}}$ - обсяг вивезення у внутрішній середньорічній вартості, грн.;

$C_{\text{екс}}$ - розмір виробничої собівартості експортної продукції, грн.

1.4 Є третій коефіцієнт економічної ефективності експортних операцій:

$$E_{\text{екс3}} = \frac{O_{\text{п.ф.}} \cdot B_p \cdot Z_{\text{екс}}}{O_{\text{п.ф.}} \cdot B_p} * 100\% * \frac{O_{\text{п.ф.}} \cdot B_p}{K_{\text{екс}}} \quad (1.4.)$$

де $E_{\text{екс3}}$ - коефіцієнт економічної ефективності вивезення,%; $K_{\text{екс}}$ - розмір середньорічної вартості основних оборотних і виробничих фондів, що живаються в процесі виробництва експортних товарів, грн. Коефіцієнт $E_{\text{екс3}}$ говорить про рівень ефективності відповідної продукції, до того ж перша частина формули зображує, який відсоток від підсумків експорту організації становить дохід від вивезення, а друга частина цієї формули встановлює, скільки разів за аналізований період змогли обернутися авансовані на експорт кошти. Відповідне, чим більше ці дві частини формули і, слідчо, значення $E_{\text{екс3}}$, тим вигідніше вивезення відповідного товару. Здійснювати розрахунки коефіцієнтів $E_{\text{екс}}$, $E_{\text{екс1}}$, $E_{\text{екс2}}$ і $E_{\text{екс3}}$ раціонально при укладанні кожної окремо експортної операції для вибору більш кращою за критерієм максимуму $E_{\text{екс}}$ і за умови $E_{\text{екс1}} > E_{\text{екс2}}$, а також при дослідженні ЗЕД організації за минулий період часу і в процесі планування ЗЕД на прийдешній період.

На базі показників, які були розраховані за цими формулами, можливо сформулювати ряд наступних висновків про економічну ефективність вивезення. Якщо значення показника $E_{\text{екс1}} > 1$, а $E_{\text{екс1}} > E_{\text{екс2}}$ то експорт відповідної продукції є для організації вигідним, і варто шукати шляхи підвищення експорту даної продукції, приймаючи до уваги найбільш вигідні напрямки експорту. Коефіцієнт $E_{\text{екс3}}$, говорить про рівень ефективності відповідної продукції, причому перша частина формули, яка виражає цей показник вказує, скільки відсотків від результатів вивезення організації становить дохід від вивезення, а друга частина цієї формули уявляє, скільки разів за аналізований період обернувся авансований на вивезення капітал.

Відповідне, чим більше дві частини цієї формули і, слідчо, значення Еекс3 - тим вигідніше вивезення відповідної продукції.

2. Методика І.І. Крєтова

2.1 На основі методики І.І. Крєтова, обчислення ефективності експорту має такий вигляд. Спочатку здійснюється визначення чистого гривневого еквівалента валютної виручки (тобто за мінусом додаткових витрат всередині держави і митних виплат):

$$\text{Ц}_e = \text{В}_e * \text{К}_e - \text{Д}_e - \text{Т}_e \quad (1.5.)$$

де Ц_e - розмір чистого гривневого еквівалента валютної виручки;

В_e - розмір валютної виручки за експортовану продукцію;

К_e - значення чинного ринкового курсу іноземної валюти до гривні;

Д_e - розмір додаткових витрат всередині держави, які пов'язані з експортом продукції;

Т_e - розмір митних платежів при експорті.

2.2 У цій методиці визначення результативності експорту здійснюється по відношенню до внутрішньої оптової ціни:

$$\text{Е}_e = \text{Ц}_e / \text{Ц}_{o.e.} \quad (1.6.)$$

де $\text{Ц}_{o.e.}$ - величина вільної оптової ціни (без ПДВ і акцизу) експортної продукції.

2.3 Як показник економічної дієвості експортної операції обчислюється рентабельність експорту:

$$\text{Р}_e = \text{Ц}_e / \text{С}_e \quad (1.7.)$$

де Р_e - значення рентабельності експорту; С_e - розмір собівартості товару.

Дана методика І.І. Крєтова використовується великими компаніями, як основа для побудови власного найбільш ефективного алгоритму аналізу ефективності експортних операцій. [7]

3. Методичний підхід до оцінки ефективності експортних операцій Н.А. Янковського

3.1 Коефіцієнт валютної дієвості експорту, який вживається для перспективного обґрунтування введення тієї чи іншої продукції в експортний план, який обчислюється за такою формулою:

$$K_{\text{вал}} = B / (C_{\text{екс}} + t_{\text{екс}}) \quad (1.8)$$

де $K_{\text{вал}}$ - показник валютної ефективності вивезення продукції;

B - розмір валютної виручки від експорту продукції (зовнішньоторговельна ціна);

$C_{\text{екс}}$ - розмір собівартості експортної продукції;

$t_{\text{екс}}$ - розмір транспортних і накладних витрат з доставки продукції до кордону.

Цей показник відображає розмір валютної виручки, яка припадає на одиницю витрат по виробництву конкретної продукції. При вживанні коефіцієнта валютної ефективності вивезення слід приймати до уваги, що з метою забезпечення порівнянності в світовій практиці весь ряд експортних цін розраховується на умовах франко-борт судна (при морських перевезеннях) або франко-сухопутний кордон країни [11].

Коефіцієнт валютної ефективності вивезення має ряд недоліків, які не дозволяють організації користуватися лише тільки цим показником в процесі прийняття рішення стосовно доцільності вивезення тієї чи іншої продукції. Коефіцієнт валютної ефективності вивезення не надає можливості здійснювати зіставлення рівнів ефективності вивезення продукції на різних ринках, тому що ціни продукції в іноземній валюті і певні умови її реалізації на різних ринках можуть не сходитися. Крім цього, коефіцієнт валютної ефективності вивезення не може застосовуватися для обчислення економії витрат праці в слідстві зовнішньої торгівлі. З метою подолання зазначених

недоліків розрахунки показників валютної ефективності вивезення і ввезення доповнюються поруч розрахунків коефіцієнтів абсолютної ефективності.

3.2 Показник абсолютної ефективності експорту обчислюється за формулою:

$$K_{\text{абс}} = B/Z_{\text{екс}} + V \quad (1.9)$$

де $K_{\text{абс}}$ - показник абсолютної ефективності вивезення;

V - індикатор валютного курсу, що відображає господарську цінність іноземної валюти, яка купується на даному ринку (або в валютній зоні);

$Z_{\text{екс}}$ - розмір повних витрат організації на експорт продукції. Повні витрати підприємства на експорт продукції є виробничою собівартістю експортної продукції, скоригованої на розмір витрат, які пов'язані з виконанням зовнішньоекономічної операції (ціна фрахту транспорту, погрузкі- розвантаження продукції, страхування; розмір експортного мита, акцизу, ліцензії; оплата митних процедур, плата за послуги митного брокера; зберігання на митному складі; сертифікація та ін.).

Так як валютний курс (V) описує справжню цінність валюти, яка виручає на певному зовнішньому ринку в національній валюті, то множення його на розмір зовнішньоторговельної ціни експортної продукції дає загальний розмір економічного ефекту (в гривнях), який можна отримати в процесі продажу на аналізованому ринку конкретної продукції. Таким чином, в коефіцієнті абсолютної ефективності вивезення здійснюється зіставлення загальної величини корисного ефекту, який може бути отриманий в процесі експорту продукції, з істинними господарськими витратами, необхідними для її виробництва і вивезення. Очевидно, що якщо значення коефіцієнта $K_{\text{абс}} > 1$, то експорт продукції економічно раціональний, а якщо значення $K_{\text{абс}} < 1$, то експорт продукції призведе до втрат.

3.3 Розмір абсолютного ефекту від вивозу окремої продукції може бути визначений за такою формулою:

$$E_{abc} = B * V - Z_{екс} \quad (1.10)$$

Природно, що чим вище значення цього показника, тим ефективніше збільшення експорту даної продукції.

3.4 Здійснюючи оцінку економічної ефективності експорту, величезний інтерес представляє порівняння коефіцієнта абсолютної ефективності вивезення K_{abc} з коефіцієнтом ефективності реалізації цієї продукції на внутрішньому ринку, який визначається за такою формулою:

$$K_{вн} = O_{екс} / C_{екс} \quad (1.11)$$

де $K_{вн}$ - показник ефективності реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку;

$O_{екс}$ - значення обсягу вивезення у внутрішній середньорічній вартості.

Таким чином, вивезення відповідної продукції є для організації економічно вигідним, якщо значення $K_{abc} > K_{вн}$. Ряд показників $K_{вал}$, K_{abc} , $K_{вн}$, E_{abc} розумно обчислювати в процесі укладення кожної вивізної угоди для вибору більш кращою (по параметру $E_{abc} = \max$, $K_{вал} = \max$ і за умови, що значення показника $K_{abc} > K_{вн}$, $K_{abc} > 1$), а також в процесі аналізу експортної стратегії організації за минулий період часу і в процесі розробки експортної на майбутній період. Необхідно відзначити, що є випадки, коли «тверді» критерії оцінки дієвості експортної стратегії слід трохи «пом'якшити».

Так, вивезення окремої продукції може підвищуватися і в умовах зменшення значень коефіцієнтів валютної дієвості, яке викликане як зростанням витрат на виробництво, так і можливим зменшенням зовнішньоторговельних цін на це виробництво. Не завжди правильно для організацій, які функціонують в період кризових явищ і жорстке обмеження показника $K_{abc} > K_{вн}$. Наприклад, якщо ефективність реалізації продукції на внутрішньому ринку більше, ніж на зовнішньому ринку, то підприємство

цілком обґрунтовано вважатиме за краще поставки на вивезення, а не на згорання і зупинку виробництва.

Більше того, в окремих ситуаціях для організації являє доцільність вивезення продукції навіть за умови, якщо тимчасово значення показника $K_{абс} > 1$ (природно, якщо з'являються збитки покриваються за рахунок продажу іншої продукції).

4. Метод факторного аналізу динаміки експортних операцій підприємства. Для розгляду ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством використовується метод факторного аналізу експортних операцій. Під факторним аналізом розуміється методика комплексного системного вивчення і вимірювання взаємодії факторів на величину результативних показників.

Для визначення впливу факторів використовується також індексний метод, який є одним з основних методів статистичного аналізу. Індекс - це відносний показник, що характеризує відношення в часі (індекс динаміки) або у просторі (територіальний індекс) соціально-економічних явищ. Практичні завдання індексного методу в основному зводяться до оцінки змін в часі або до порівняльного структурному аналізу.

4.1 Для аналізу динаміки вивізних операцій визначають зміни у вартості, товарній структурі, в фізичному обсязі. Для цього здійснюється розрахунок абсолютного зміни експорту, темпу зростання і темпу приросту, його товарної структури. Далі здійснюється дослідження зміни вивізної виручки під впливом трьох чинників - контрактних цін, фізичного обсягу вивезення і офіційно встановленого курсу НБУ до іноземної валюти. Взаємозв'язок даних факторів виражений наступною формулою:

$$B = \sum * * \quad (1.12)$$

де n - значення номенклатури (числа) продукції, що експортується;

Q_i - значення фізичного обсягу експорту;

P_i - розмір контрактної ціни;

K_i - значення офіційного курсу іноземної валюти до гривні.

Вплив факторів можливо визначити за допомогою індексного методу.

У таблицях розраховуються індекси фізичного обсягу, курсу валюти і контрактних цін. Вплив кожного фактора в вартісному вигляді визначається як різниця чисельника і знаменника у відповідних формулах визначення індексу.

4.2 З метою оцінки економічної дієвості вивізних угод застосовується два підходи - ресурсний і витратний. Відповідно, в процесі оцінки ефективності вивізних угод виконується порівняння придбаного ефекту з витратами або ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Експортна стратегія підприємства визначається як комплекс дій, спрямованих на поглиблення та розширення експортної діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу з додержанням загальнодержавних інтересів.

Найбільш ефективними видами експортної стратегії є: стратегія сегментації, інноваційна стратегія, стратегія інтернаціоналізації, стратегія кооперації.

Особливостями експорту виробничого підприємства є прямий і непрямий експорт. Непрямий експорт не потребує значних капіталовкладень і тому використовується підприємством для виходу нового товару на неосвоєний зовнішній ринок. Прямий експорт використовують виробничі підприємства, що мають експортний досвід. Цей вид експорту дозволяю відстежувати ситуацію на ринку, реакцію споживача і забезпечувати експорт більш ефективно. Виробничі підприємства, зазвичай, обирають різноманітні експортні стратегії, але найчастіше зустрічається стратегія сегментації. Вона

грутується на визначенні цільових сегментів ринку для визначення можливостей і перспектив для реалізації продукції підприємства.

До методів оцінки ефективності експортної стратегії відносять : метод І.І. Кретової, методичний підхід Т.В.Миролюбової, методичний підхід до оцінки ефективності експортних операцій Н.А. Янковського, методика визначення розміру абсолютного ефекту від вивозу окремої продукції, метод факторного аналізу динаміки експортних операцій підприємства.

Для визначення ефективності експорту підприємства на базі якого проводиться дослідження, доцільніше обрати методику І.І. Кретової, оскільки вона допомагає визначити рентабельність експорту і використовується великими компаніями, як основа для побудови власного найбільш ефективного алгоритму аналізу ефективності експортних операцій.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ГЛОБАЛ ІНВЕСТ СІСТЕМС»

2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс»

ТОВ «Глобал Інвест Системс» - товариство з обмеженою відповідальністю. Знаходиться за адресою Харківська обл., пмт. Шевченково, вул.. Піонерська 84А.

Основною метою підприємства є отримання прибутку і задоволення суспільних потреб шляхом здійснення виробничої і комерційної діяльності.

Підприємство займається виробництвом і збутом м'якої поліпропіленової тари для збереження і транспортування сипучих матеріалів. Це нове покоління тари, що здобуває все більшу популярність та попит у різних промислових і побутових сферах. Компанія ТОВ «Глобал Інвест Системс» здійснює повний цикл виробництва і забезпечує збут товару як на Україні, так і за її межами. Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс» - це виробництво продукції, яка є економічною у використанні, екологічно безпечною, має низьку вартість, є зручною в експлуатації, користується попитом в хімічній, будівельній, харчовій та інших промислових галузях.

Товариство здійснює такі основні види діяльності:

- виробництво промислової м'якої поліпропіленової тари;
- виробництво лайнер бегів (мякої упаковки, що використовується при перевезенні сипучих матеріалів в контейнерах);
- крос корнер;
- виробництво мішків;
- роздрібна торгівля;
- оптова торгівля;
- зовнішня торгівля;
- посередницькі послуги при купівлі-продажу товарів;

- оформлення проектної документації і підготовка техніко-економічних обґрунтувань по продукції;

ТОВ «Глобал Інвест Системс» відноситься до галузі господарства м'якої тари.

ТОВ «Глобал Інвест Системс» використовує інноваційні рішення та високотехнологічне європейське обладнання з моменту свого заснування. З моменту запуску заводу, компанія впровадила в свій виробничий цикл забарвлення тари за передовою технологією Coil Coating (безперервна забарвлення валковим методом) на автоматизованому обладнанні компанії REDMAN (Великобританія), що стало незаперечним конкурентною перевагою заводу.

В даний час компанія продовжує активне впровадження і використання високотехнологічного обладнання, що не має аналогів в арсеналі інших виробників України. З метою здешевлення виробництва, більшість регіональних конкурентів заводу використовує старі верстати попередніх поколінь європейськоговиробництва.

Виробнича база ТОВ «Глобал Інвест Системс» розташована на площі 67 га. Завод має в своєму розпорядженні наступні виробничі потужності:

- Лінія нанесення лакофарбових матеріалів компанії «REDMAN» (Великобританія);
- Комплекс тарових станів виробництва Великобританії і Фінляндії;
- Лінія для виготовлення різної складності та міцності тари (Німеччина);
- Автоматизовані лінії для виробництва мішків (Фінляндія);
- Габаритні розміри завантаженого ВБК дозволяють розміщувати його в залізничному, автомобільному та водному транспорті заповнюючи при цьому весь корисний об'єм простору.

Організаційна структура ТОВ «Глобал Інвест Системс» є лінійно-функціональною і вибудована відповідно до поточного напрямком діяльності і забезпечують функціями (рис. 2.1.).

Таблиця 2.1.

Основні види продукції ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Назва продукції	Опис продукта
Мішки	Це м'які контейнери для транспортування та зберігання сипучих матеріалів, вагою до 50кг.
СЛІНГ БЕГ	Це м'які контейнери з 4-ма стропами захоплення для транспортування та зберігання завантажених мішків. Виготовляється з якісного поліпропіленового полотна і в деяких випадках ламінованої тканини.
ВБК	Великий багаторазовий контейнер для транспортування та зберігання сипучих матеріалів, вагою до 14т. Виготовляється з якісної ПВХ, брезентової та інших технічних тканих матеріалів, використовуючи термічну спайку.
Q-БЕГ	Для оптимізації транспортування і займаного складського приміщення виготовляється конструкція біг бігу з ребрами жорсткості - «Q-бег», яка дозволяє зберігати форму при завантаженні.

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Управління ТОВ «Глобал Інвест Системс» здійснюється відповідно до Статуту товариства. Загальне керівництво ТОВ «Глобал Інвест Системс» здійснюється генеральним директором. Статус, порядок призначення і звільнення з посади генерального директора визначається федеральним законодавством і Статутом ТОВ «Глобал Інвест Системс».

У цьому документі відображаються всі підрозділи організації, схематично промальовується порядок їх підпорядкованості. Чітке розмежування компетенцій, визначають високу ефективність цієї організаційної структури.

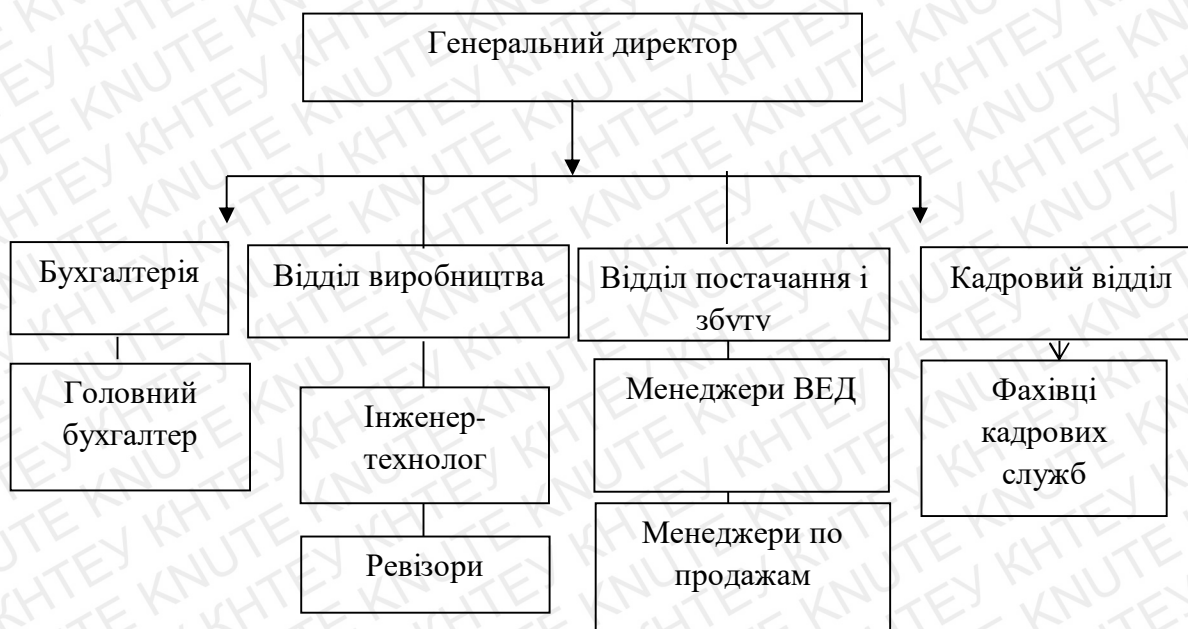


Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Джерело: розроблено автором на основі [19]

В рамках організаційної структури управління протікає весь управлінський процес (рух потоків інформації і прийняття управлінських рішень), в якому беруть участь керівники всіх рівнів, категорій і професійної спеціалізації.

Переваги такої структури [19]:

- Найпростіший вид організаційної структури.
- В результаті жорсткого управління формується жорстка дисципліна.
- Швидкі рішення призводять до швидких і ефективних дій.
- У структурах влади і відповідальності існує ясність.

Недоліки:

- Є можливості впливати на начальника відділу.
- Постійна проблема - відсутність спеціалізації.
- Начальник відділу може бути перевантажений роботою.
- Комунікації здійснюються тільки зверху вниз.
- Рішення приймаються однією людиною.

Органами управління підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс» є:

- Загальні збори акціонерів;
- Рада директорів;
- Одноосібний виконавчий орган (генеральний директор);

Вищим органом управління Товариства є Загальні збори акціонерів [8].

Розглянемо фінансовий стан підприємства.

Таблиця 2.2.

Динаміка вартості активів ТОВ «Глобал Інвест Системс» у 2013-2017

рр, грн.

Показник	Абсолютне відхилення					Відносне відхилення				
	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Основні засоби	-14180	137065	64744	-67084	120545	0,915	1,89	1,22	0,81	1,72
Інші необоротні активи	2638	392617	-23439	8956652	468000	1,02	5,33	0,95	20,48	107,01
Усього необоротні активи	-11542	529682	41305	8889568	9449013	0,95	3,18	1,05	11,9	38,07
Запаси	-16597	-19260	-75827	-358542	-470225	0,98	0,97	1,95	0,46	0,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, Роботи, послуги	65900	11	-62023	242146	246034	1,35	1,04	0,75	2,26	2,31
Поточні фінансові інвестиції	62243	-64048	98200	-67651	28744	22,79	0,02	94,43	0,32	11,06
Гроші та їх еквіваленти	1001	2936	9120	-29577	-17610	0,99	1,09	1,23	0,32	0,44
Інші оборотні активи	116	127	139	-65	317	1,05	1,06	1,05	0,97	1,15
Усього оборотні активи	112574	-80234	-31391	-213689	-212740	0,88	0,92	0,96	0,78	0,79
Баланс	101032	449448	9914	8675879	9236273	1,07	1,32	0,01	5,75	8,3

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток А)

На основі даних таблиці можемо зазначити, що у 2017 році спостерігається значне збільшення кількості основних засобів на 120545

грн., що можна пояснити закупівлею нового високоякісного обладнання для виробництва поліпропіленової ламінованої тканини.

Таблиця 2.3

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Глобал Інвест Системс» у 2013-2017 рр. грн.

Показники	Абсолютне відхилення					Відносне відхилення				
	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Зареєстрований (пайовий) капітал	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Капітал у дооцінках	112	10900	-12043	0	-1031	1,11	10,53	-	-	-
Додатковий капітал	0	0	12043	0	12043	-	-	-	1	-
Резервний капітал	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Нерозподілений прибуток(непокритий збиток)	11103	-6248	8153	8866804	8879812	1,11	0,94	1,07	81,12	91,93
Усього власний капітал	11215	4652	8153	8866804	8890824	1,06	1,02	1,04	43,08	48,62
Довгострокові кредити банків	23884	3373	-59901	-10000	-42644	0,15	1,09	0,16	0,09	0,02
Відстрочені податкові зобов'язання	325	-325	567	4213	4780	-	-	-	8,4	-
Усього довгострокові зобов'язання і забезпечення	24209	3048	-59364	-5787	-37864	1,55	1,07	0,16	0,5	0,13
Короткострокові кредити банків	-16492	392224	-6944	271632	640420	0,72	10,3	0,98	1,63	11,97
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	81823	49584	68872	-456711	-256432	1,08	1,04	1,06	0,611	0,73
Інші поточні зобов'язання	277	-60	-870	-59	-712	1,28	0,95	0,27	0,82	0,27
Усього поточні зобов'язання і забезпечення	65608	441748	61095	-185038	383313	1,06	1,4	1,03	0,88	1,3
Баланс	101032	479448	9914	8675879	9236273	1,07	1,32	1,01	5,7	8,3

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток Б).

За даними таблиці 2.3 бачимо, що у 2017 значення короткових кредитів збільшується на 271632 грн. Можемо зазначити, що підприємство здійснило закупівлю нового обладнання часково за рахунок кредитних коштів

Таблиця 2.4

Динаміка показників платоспроможності ТОВ «Глобал Інвес Системс»

Показник	31.12.13	31.12.14	31.12.15	31.12.16	31.12.17
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,07	-0,04	-0,55	-0,6	-0,79
Коефіцієнт автономності	0,15	0,14	0,11	0,12	0,86
Коефіцієнт фінансування	6,77	6,9	8,96	8,66	1,16
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	3,96	4,61	1,35	1,24	0,08
Абсолютне відхилення	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт автономності	-0,01	-0,03	0,01	0,74	0,61
Коефіцієнт фінансування	0,13	2,06	-0,3	-7,5	-5,61
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,65	-3,26	-0,11	-1,16	-3,88

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток Б).

За даними таблиці 2.4 можемо спостерігати, що коефіцієнт автономності протягом 2013-2016 років має доволі низьке значення і свідчить про, те що власний капітал недостатній для забезпечення діяльності підприємства без сторонніх надходжень у капітал. Але ж у 2017 році значення коефіцієнту автономії збільшилося до 0.86, що показує те, що більшу частину майна складає власний капітал. Коефіцієнт фінансування складає у 2017 році 1,16. Значення показника вказує на те, скільки гривень власного капіталу припадає на кожну гривню зобов'язань компанії. Високе значення говорить про низький рівень фінансових ризиків. Даний показник знаходиться в межах норми (>1) і свідчить про здатність компанії відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо- і довгостроковій перспективі

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами має мінусове значення, що свідчить про те, що без сторонніх надходжень капіталу підприємство не може забезпечити свою діяльність.

Далі проведемо аналіз ліквідності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. Оцінку ліквідності підприємства виконують за допомогою системи фінансових коефіцієнтів, які дозволяють зіставити вартість поточних активів, що мають різний ступінь ліквідності, із сумою поточних зобов'язань.

Таблиця 2.5

Аналіз показників ліквідності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр.

Показатели	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності	0,98	1,02	0,68	0,63	0,56
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,03	0,02	0,03	0,01
Абсолютне відхилення	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності	0,04	-0,34	-0,05	-0,07	-0,42
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0	-0,01	0,01	-0,02	-0,02

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток Б).

За даними таблиці можна стверджувати, що коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності є нижчим за значення норми (1,5-2,5). Це свідчить про те, що підприємство не зможе забезпечувати поточні рахунки. Фінансова стабільність підприємства під загрозою. Коефіцієнт абсолютної ліквідності знаходиться у межах норми протягом 2013-2016 рр., не вищий за 0,2. Отже, у цей період підприємство здатне сплатити терміново від 20% кредитної заборгованості. Але у 2017 році ліквідність є нижчою за норму, що свідчить про високі матеріальні затрати у цьому році і нездатність підприємства погасити поточну заборгованість за рахунок середньоліквідних активів. Оцінити показники ділової активності ТОВ «Глобал Інвест Системс» нам допоможе інформація з таблиці 2.6

Таблиця 2.6

Аналіз показників ділової активності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за
2013-2017 рр.

Показник	Роки			
	2014	2015	2016	2017
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	12,35	13,24	13,98	0,62
Коефіцієнт оборотності активів	1,81	1,67	1,59	1,59
Коефіцієнт оборотності основний засобів	2,23	2,45	2,81	3,17
Період одного оберту основних засобів (дні)	161,54	146,95	127,9	113,62
Коефіцієнт оборотності запасів (оберти)	2,69	3,15	3,61	5,02
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (оберти)	2,06	2,21	2,25	2,62
Абсолютне відхилення	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2014
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	-0,01	0,74	-13,36	-11,73
Коефіцієнт оборотності активів	-0,14	-0,08	0	-0,22
Коефіцієнт оборотності основний засобів	0,22	0,36	0,36	0,94
Період одного оберту основних засобів (дні)	-14,59	-19,05	-14,28	-47,92
Коефіцієнт оборотності запасів (оберти)	0,46	0,46	1,41	2,33
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (оберти)	0,15	0,04	0,37	0,56

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток Б).

За даними табл.2.6 ми бачимо, що коефіцієнт оборотності основних засобів з кожним роком збільшується від 2,23 до 3,17. Тривалість обороту зменшується і у 2017 році становить 114 днів. Це означає, що капітал компанії використовується максимально ефективно. Переважна кількість виробничих підприємств використовує аналіз показників рентабельності для визначення ефективності виробничого підприємства.

Таблиця 2.7

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за
2013-2017 рр.

Показник	Роки			
	2014	2015	2016	2017
Коефіцієнт рентабельності активів	5.12	2.91	4.74	145.49
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	35	23.12	41.74	193.06
Коефіцієнт рентабельності продукції	2.83	1.75	2.99	313.17
Абсолютне відхилення	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2014
Коефіцієнт рентабельності активів	-2.21	1.83	140.75	140.37
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-11.88	18.62	190.07	158.06
Коефіцієнт рентабельності продукції	-1.08	18.62	310.18	310.34

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток Б).

Рентабельність власного капіталу (англомовний аналог Return on Equity (ROE)) – показник, що вказує, наскільки ефективно використовується власний капітал, тобто скільки прибутку було згенеровано на кожен гривню залучених власних коштів. Цей індикатор є найбільш важливим для власників, адже дозволяє визначити зростання їх добробуту за аналізований період. За даними табл. 2.7 ми бачимо, що рентабельність активів у 2017 році зросла до 143.49, що є дуже високим показником і свідчить про збільшення експорту і запуску нової лінії продукції. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу зменшується у 2015 з 35 до 23,12, але у 2017 збільшується до 193,06, що свідчить про збільшення ефективності вкладеного капіталу. Основним фактором підвищення рентабельності в 2017 році є зниження суми власного капіталу. Незважаючи на це, чистий прибуток компанії продовжує зростати. Загалом, ефективність використання власного капіталу є високою

Розглянемо динаміку зміну основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017рр.

Таблиця 2.8

Динаміка змін основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017рр.

Показник	2013	2017	Відхилення
			2017– 2013
1. Виручка, тис.грн.	2650452,00	2888232,00	237780,00
2. Балансовий прибуток	258135,00	321731,00	63596,00
3. Прибуток від продажів продукції, грн.	54672,00	86831,00	32159,00
4. Собівартість товарної продукції, грн.	2392317,00	2566501,00	174184,00
5. Витрати на 1 грн. товарної продукції, коп. (П. 4 / п. 1 * 100)	0,90	0,89	-0,01
6. Середньооблікова чисельність працівників, чол.	785,00	806,00	5,00
7. Фонд заробітної платні робочих, грн.	221438,00	257522,00	36084,00
8. Середньорічна вартість ОПФ, грн.	289718,00	354425,00	64707,00
9. Фондовіддача ОПФ, грн. (п.1/ п. 8)	9,15	8,15	-1,00
10. Продуктивність праці, грн. (п. 1 / п. 6)	3308,93	3583,41	274,49
11. Середня заробітна плата 1 працівника, грн / міс.	6037,66	8625,52	2588,21

Складено за даними фінансової звітності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр. (Додаток В).

З таблиці 2.8. видно, що виручка від реалізації за період дослідження зросла 237782 грн. Дане збільшення пов'язане зі збільшенням обсягів та зростанням рівня цін реалізованої продукції.

Собівартість продукції (робіт, послуг) при цьому в 2017 році в порівнянні з 2013 роком підвищилася на 174184 грн.. Підвищення собівартості відбулося за рахунок підвищення цін на енергоносії, паливо, сировину і матеріали.

Прибуток від продажів в 2017 році в порівнянні з 2013 роком підвищилася на 32 159 тис. грн.

Перезавантаженість виробництва призвела до збільшення чисельності в 2017 році з 785 до 806 осіб. У зв'язку із зростанням чисельності персоналу і збільшенням виручки від реалізації продукції підвищилася і продуктивність праці в 2017 році на 274,49 тис. грн. / чол.

Фондовіддача показує, який обсяг продукції припадає на один карбованець основних фондів і тим самим характеризує ефективність використання основних фондів. На підприємстві основні фонди в 2017 році використовуються ефективно, хоча фондовіддача зменшилася з 9,15 до 8,15 грн.

2.2. Дослідження експортної стратегії виробничого підприємства

Експортна стратегія підприємства полягає у досягненні стану соціально-економічного розвитку на основі реалізації внутрішнього потенціалу і максимального використання позитивного напрямку зовнішнього впливу. Для цього підприємство намагається мінімізувати затрати на транспортування, забезпечити енергозбереження, збільшує об'єму експорту за рахунок освоєння нових ринків збуту і зменшення собівартості товару. Підприємство виготовляє специфічний товар для вузького сегменту ринку. Отже, можна стверджувати, що «Глобал Інвест Системс» обрав стратегію сегментації для розвитку експорту.

В Таблиці 2.8. проведемо аналіз динаміки експортних операцій ТОВ «Глобал Інвест Системс» в період з 2013 по 2017 рр.

Таблиця 2.9

Показники динаміки експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр.

Показник	Роки					Відхилення 2017/2013	
	2013	2014	2015	2016	2017	Тис. грн.	%
Чистий дохід від реалізації (товарів, робіт, послуг), за експортними контрактами, всього в т.ч.:	6453	124376	139255	122469	219923	213470	34,08
- Казахстан	6453	124376	139255	122469	214762	208309	33,28
- Республіка Білорусь	0	0	0	0	5161	5161	--

Джерело: розроблено автором на основі [37]

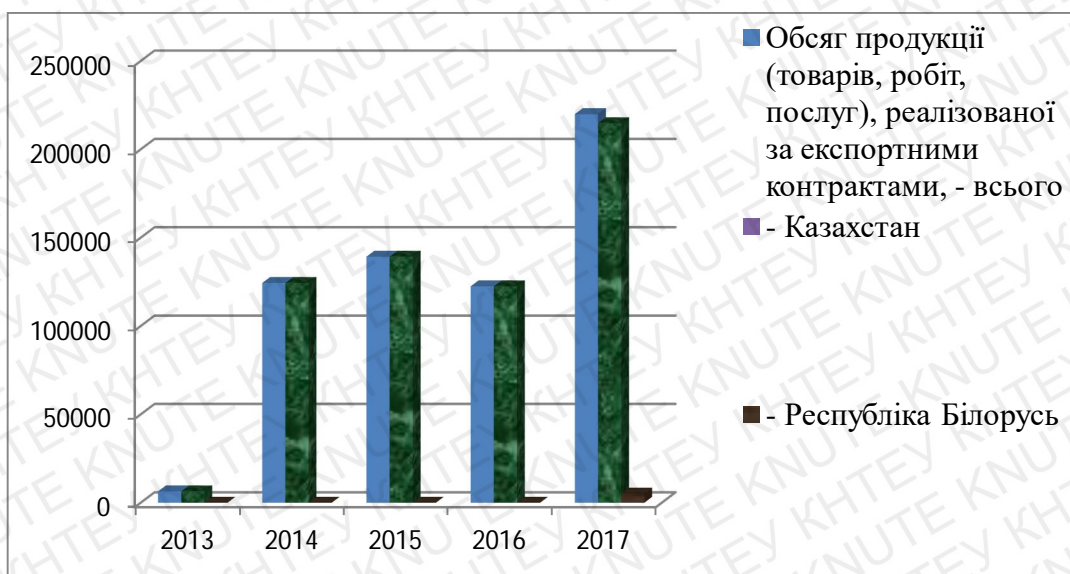


Рис. 2.1. Динаміка і напрямки експортних операцій ТОВ «Глобал Інвест Системс» в 2013-2017 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Протягом досліджуваного періоду 2013-2017 рр. підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс» проводило експортні операції переважно з партнерами з Казахстану. Основними клієнтами там були: логістичний центр

Астана, Караганда. У 2017 підприємство почало освоєння нового ринку збуту товару у Республіці Білорусь.

Таким чином, можемо зробити висновок про значне зменшення експортної діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» в 2016 році, з 139 255 тис. грн. в 2015 до 122 469 тис. грн. в 2016 році, або на 12,05%, в 2017 році керівництво підприємства доклав значних зусиль для розвитку експортної діяльності шляхом пошуку нових ринків збуту на території СНД, таким ринком стала Республіка Білорусь, в результаті обсяг експорту збільшився на 97 454 тис. грн., або на 79,57%, при цьому основна частка збільшення припала на Казахстан, що свідчить про стратегічне значення цього ринку для підприємства.

Так як компанія поставляє продукцію тільки в країни СНД, розглянемо їх страновое співвідношення в процентному вираженні на малюнку 2.2.



Рис. 2.2. Географічна структура розподілу продукції ТОВ «Глобал Інвест Системс», 2017 р.

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Таким чином, можна зробити висновок, що експорт продукції

незначний, і основна частка виробленої продукції залишається в країні.

Основною проблемою експортної діяльності підприємства є не його низька ефективність, а дуже маленькі обсяги, про що свідчать також дані таблиці 2.

Таблиця 2.10

Масштаби експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2015-2017 рр.

Показник	Роки					Відхилення 2017/2013	
	2013	2014	2015	2016	2017	Тис. грн.	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	2264938	2375023	2375023	2650452	2888232	623294	127,5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за експортними контрактами, - всього, тис.грн.	6453	124376	139255	122469	219923	213470	3305,8
Частка експорту	0.28	5.23	5,9	4,6	7,6	7,32	2714,3

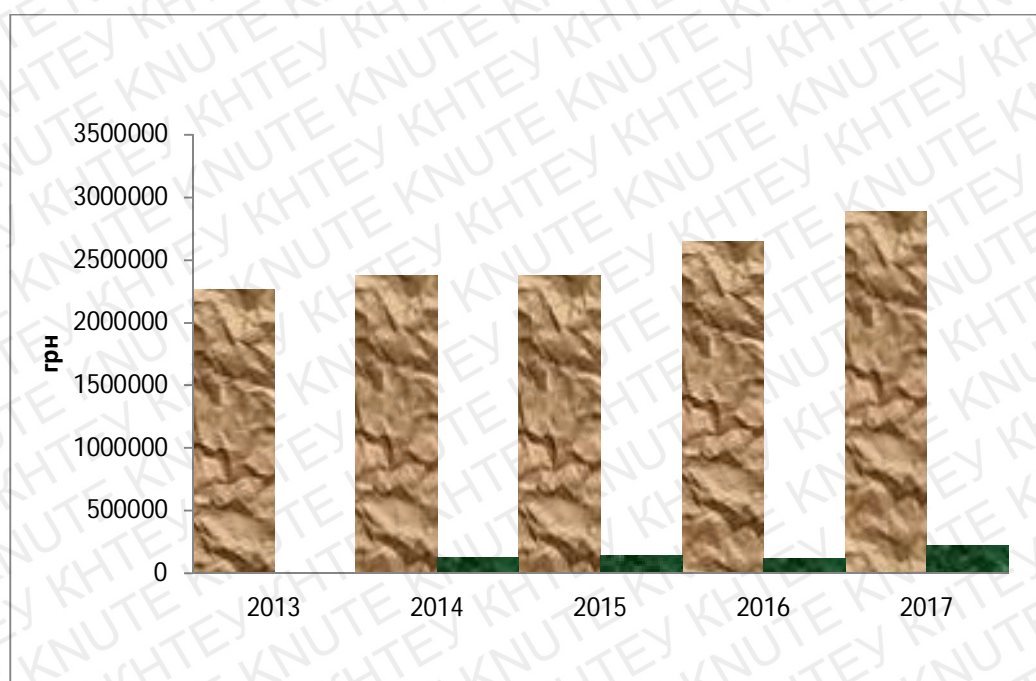


Рис. 2.3. Частка експортної діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 роки

Джерело: розроблено автором на основі [37]

З гістограми 2.3 видно, що обсяг продукції реалізованої за експортними контрактами становить лише невелику частину із загальної виручки підприємства. Але за період 2015-2017 рр. простежується позитивна тенденція зростання експортних операцій, за рахунок підвищення обсягів продажів і залучення нових ринків збуту.

Асортимент продукції, що виробляється компанією ТОВ «Глобал Інвест Системс» представлено в таблиці 2.5. Асортимент же експортуючих товарів для країн-імпортерів аналогічний, тому подаємо частку окремих видів товарів в загальному обсязі експорту.

Таблиця 2.11

Товарна структура експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс»
за 2013-2017 рр.

Продукція, Тис.грн.	2013	2014	2015	2016	2017
ЛАЙНЕР БЕГ	134	358	473	453	792
БІГ БЕГ	567	411	460	367	682
Мішки	0	302	348	318	616
СЛІНГ БЕГ та ін.	0	58	97	86	110
Питома вага, %	2013	2014	2015	2016	2017
ЛАЙНЕР БЕГ	19	31	34	37	36
БІГ БЕГ	81	33	33	30	31
Мішки	0	25	25	26	28
СЛІНГ БЕГ та ін.	0	4	7	7	5

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Аналізуючи дані, слід зазначити, перш за все, що найбільшу питому вагу в товарній структурі експорту в 2017 році мають лайнер беги (36%), біг беги (31%) і мішки (28%). Ця тенденція простежується і в попередні періоди здійснення експортних операцій. Перш за все, дана динаміка пов'язана з великим попитом з боку промислових підприємств.

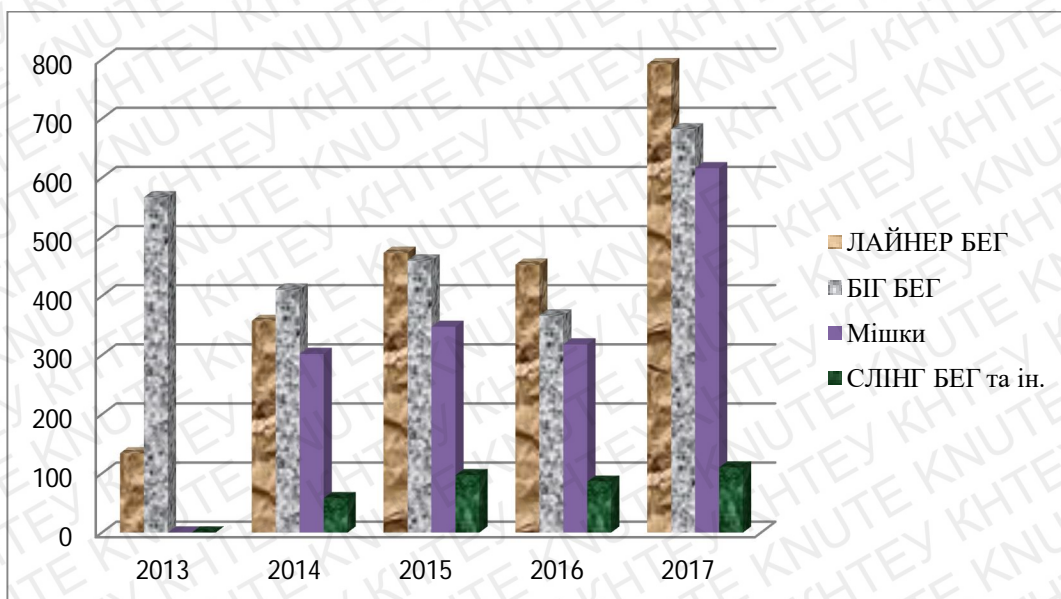


Рис. 2.4. Обсяг експорту по виробках, 2013 - 2017 років.

Джерело: розроблено автором на основі [37].

На рисунку 2.4 ми бачимо, що у 2013 році переважає експорт біг бегу, що становить 567 тис.грн.(81%) експорту. Але у 2015-2017роках лідером експорту стає лайнер бег, його частка експорту у 2017 році становить 36%.

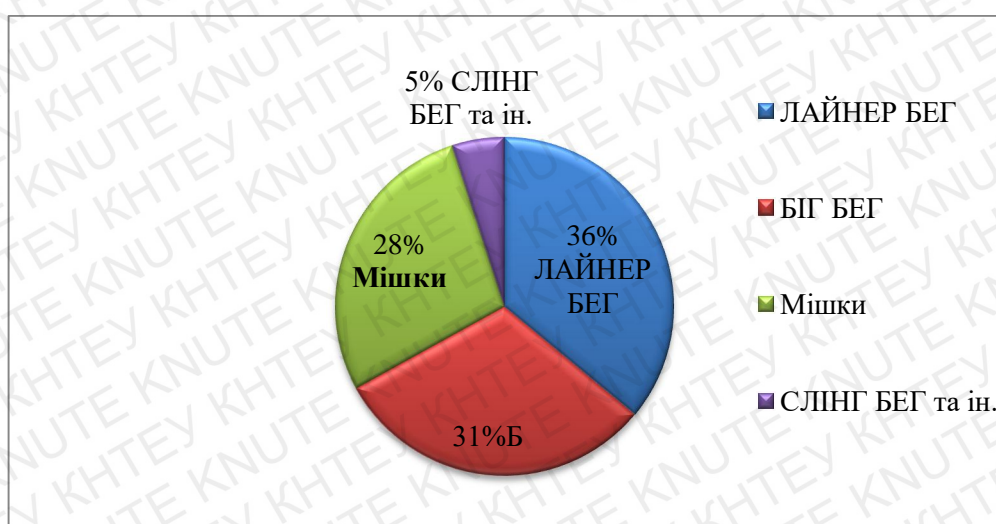


Рис. 2.5. Частка окремих видів продукції в загальній структурі експорту підприємства за 2017 р.

Джерело: розроблено автором на основі [37].

Сучасний ринок тари є ареною гострої конкурентної боротьби постачальників, яка охопила всі сфери їх діяльності і змушує застосовувати різноманітні форми і методи такої боротьби, спрямовані на залучення покупців і забезпечення переваг товару перед виробами конкурентів.

В умовах високої насиченості товарних ринків СНД, перевищення на них пропозиції над попитом кожен товар змушений вести жорстку боротьбу за перевагу споживача. Завжди слід пам'ятати, що спроба торгівлі неконкурентоспроможним товаром втрачає будь-який сенс, тому що приносить як фінансові, так і моральні збитки. Саме тому підприємство повинне приділяти велику увагу вдосконаленню механізму розвитку експортної діяльності.

2.3. Оцінка відповідності експортної стратегії довгостроковим цілям розвитку та ТОВ «Глобал Інвест Системс» та умовам зовнішнього ринку

Всі явища і процеси господарської діяльності так чи інакше взаємозалежні, причому кожна подія можна розглядати як причину і як наслідок. Кожен результативний показник залежить від численних і різноманітних факторів, що беруть участь в його формуванні. При проведенні аналізу зовнішньої торгівлі зазвичай існує проблема виявлення взаємозв'язку між досліджуваними статистичними показниками і факторами, що впливають на них.

Для розгляду ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством використовуємо метод факторного аналізу експортних операцій. Під факторним аналізом розуміється методика комплексного системного вивчення і вимірювання взаємодії факторів на величину результативних показників.

Для визначення впливу факторів використовуємо також індексний метод, який є одним з основних методів статистичного аналізу. Індекс - це відносний показник, що характеризує відношення в часі (індекс динаміки)

або у просторі (територіальний індекс) соціально-економічних явищ. Практичні завдання індексного методу в основному зводяться до оцінки змін в часі або до порівняльного структурному аналізу.

При аналізі експортної торгівлі ТОВ «Глобал Інвест Системс» ми розглянули частку окремих видів продукції в загальній структурі експорту підприємства. Було виявлено, що найбільшу питому вагу в товарній структурі мають три продукти: лайнер бег (36%), біг бег (31%) і мішки (28%). Так як лайнер бег і біг бег мають практично однаковий напрямок використання, обсяг продажів і рівень цін, досить буде використовувати один з видів продукції. Таким чином, для факторного аналізу експортних операцій доцільно використовувати два продукти: лайнер бег та мішки.

Для аналізу динаміки експортних операцій по лайнер бегу встановимо зміни у вартості, фізичному обсязі, товарній структурі його експорту. Для цього розрахуємо абсолютну зміну експорту, темп зростання і темп приросту експорту, його товарну структуру.

Потім виконаємо аналіз зміни експортної виручки під впливом трьох чинників - фізичного обсягу експорту, контрактних цін і офіційного курсу ЦБ України до іноземної валюти. Взаємозв'язок факторів виражається формулою:

$$B = \sum_{n} Q_i \cdot P_i \cdot K_i, \quad (2.1)$$

де n - номенклатура (число), що експортуються;

Q_i - фізичний обсяг експорту;

P_i - контрактна ціна;

K_i - офіційний курс іноземної валюти до грн.

Вплив факторів можна визначити індексним методом. У таблиці 2.6. виконаний розрахунок індексів фізичного обсягу, контрактних цін і курсу іноземної валюти. Вплив кожного з факторів у вартісному вираженні

розраховується як різниця чисельника і знаменника у відповідних формулах розрахунку індексу.

Таблиця 2.12

Факторний аналіз експортної виручки лайнер бегу індексним методом

Показник	Формули	Базовий 2013	Звітний 2017
Обсяг продукції, відвантаженої на експорт тис. (Q)	-	395,06	475,33
Середній курс іноземної валюти, 1 дол. / грн. (K)	-	23,00	26,00
Чистий дохід від реалізації, тис. грн. (B)	$B = Q * P * K$	56 390,86	71 328,02
Індекс фізичного обсягу, I^Q	$\frac{Q_1 * P_0 * K_0}{Q_0 * P_0 * K_0}$	1,203	
Індекс контрактних цін, I^P	$\frac{Q_1 * P_1 * K_0}{Q_1 * P_0 * K_0}$	0,672	
Індекс курсу іноземної валюти, I^K	$\frac{Q_1 * P_1 * K_1}{Q_1 * P_1 * K_0}$	1,564	
Індекс зміни експорту, I^B	$\frac{Q_1 * P_1 * K_1}{Q_0 * P_0 * K_0}$	1,265	
Зміна експорту за рахунок зміни фізичного обсягу, тис. грн.	$\Delta B (Q) = 11\ 457,74$		
Зміна експорту за рахунок зміни контрактної ціни, тис. грн.	$\Delta B (P) = -22\ 245,44$		
Зміна експорту за рахунок зміни курсу іноземної валюти, тис. грн.	$\Delta B (K) = 25\ 724,86$		
Зміна експорту - всього, тис. грн. в т.ч. за рахунок зміни факторів, тис. грн.	$\Delta B = B_1 - B_0 = 14\ 937,16$ $\Delta B \Delta B (Q) \Delta B (P) \Delta B (K) =$ $= 14\ 937,16$		

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Обсяги експорту в звітному році в порівнянні з базисним збільшилися на 27% або на 14 937 160 грн. що сталося під впливом:

-збільшення фізичного обсягу продукції, що експортується на 20%, що збільшило також експортну виручку на 11 457,74 тис. грн.;

-зниження контрактних цін на 33%, що зменшило експорт на 22 245,44 тис. грн. ;

-збільшення середнього курсу іноземної валюти до гривні на 56%, що збільшило обсяги експорту на 25 724,86 тис. грн.

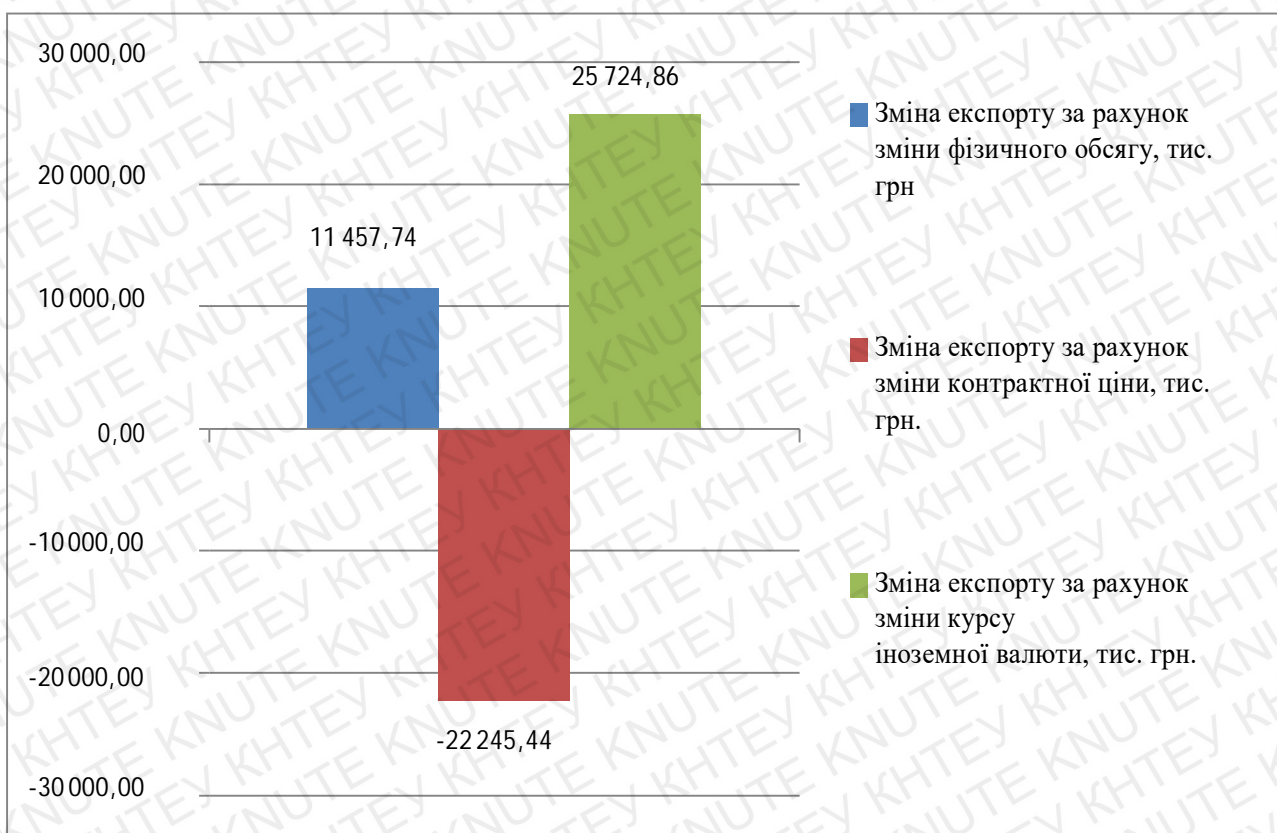


Рис. 2.5. Аналіз зміни експорту лайнер бегу за рахунок факторів, тис. грн.

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Далі проведемо аналіз комерційних витрат по експорту лайнер бегу. Комерційними витратами називають витрати, пов'язані з продажем готової продукції. У торгових організаціях комерційні витрати з продажу товарів виступають частиною витрат обігу. Ці витрати відносяться до витрат по основним (статутним) видам діяльності і разом з собівартістю продажів і управлінськими витратами формують повну собівартість проданих товарів, робіт, послуг. До комерційних витрат відносяться:

- вартість доставки до покупця або перевізника;

- оплата навантаження, розвантаження, зберігання і страхування перевезення товарів;
- митні збори;
- оплата послуг комісіонера та інших посередників, які беруть участь в експортних операціях;
- витрати на рекламу.

При аналізі комерційних витрат за експортними операціями виконується розрахунок:

- 1) показників динаміки комерційних витрат - абсолютного зміни, темпів зростання і приросту;
- 2) структури комерційних витрат. Визначається частка кожного виду понесених витрат в їх загальній величині а також відносне і абсолютне зміна кожного виду витрат. Рекомендується спочатку виконати аналіз витрат в індивідуальній розрізі, а потім узагальнити дані по всім продажу на експорт.



Рис. 2.6. Структура накладних витрат ТОВ «Глобал Інвест Системс» за період 2013-2017рр.

Джерело: розроблено автором на основі [37].

Таблиця 2.13

Аналіз структури комерційних витрат за експортними операціями лайнеру бегу ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2013-2017 рр.

Найменування витрат	2013		2017		Зміни (+;-)	
	Тис. грн.	Пит. вага%	Тис. грн.	Пит. вага %	Тис. грн.	Пит. вага, %
Доставка залізничним транспортом в т.ч.:	7 097,23	53,0	13 074,48	54,0	5 977,25	1,0
подача вагонів;	964,15	7,2	1 307,45	5,4	343,30	-1,8
зважування вантажів;	1 352,49	10,1	2 493,84	10,3	1 141,35	0,2
тимчасове зберігання вантажу на станціях;	1 566,75	11,7	2 978,08	12,3	1 411,33	0,6
інші витрати	3 213,84	24,0	6 295,12	26,0	3 081,28	2,0
Доставка автомобільним транспортом в т.ч.:	3 615,57	27,0	6 779,36	28,0	3 163,79	1,0
експедирування;	857,02	6,4	1 622,20	6,7	765,18	0,3
обладнання транспортних засобів	1 017,72	7,6	1 888,54	7,8	870,82	0,2
Інші витрати	1 740,83	13,0	3 268,62	13,5	1 527,79	0,5
Страхування перевезення в т.ч.:	254,43	1,9	484,24	2,0%	229,81	0,1
оформлення страхового поліса;	254,43	1,9	484,24	2,0	229,81	0,1
Оплата навантажувальних і розвантажувальних робіт в т.ч.:	923,98	6,9	1 694,84	7,0	770,86	0,1
упаковка, розпакування;	294,60	2,2	556,88	2,3	262,27	0,1
інші витрати.	629,38	4,7	1 137,96	4,7	508,59	0,0
Митні збори в т.ч.:	267,82	2,0	532,66	2,2	264,84	0,2
митні операції;	120,52	0,9	242,12	1,0	121,60	0,1
митне супровід;	147,30	1,1	290,54	1,2	143,24	0,1
Послуги посередників в т.ч.:	923,98	6,9	1 694,84	7,0	770,86	0,1
комісійні винагороди	923,98	6,9	1 694,84	7,0	770,86	0,1
ВСЬОГО	13 391,00	100,0	24 212,00	100,0	10 821,00	0,1

Джерело: розроблено автором на основі [37].

У звітному році в порівнянні з базисним відбулося збільшення витрат на продаж на 10 821 тис. грн. При цьому спостерігалось незначне зміна структури витрат за статтями перевезення - збільшилася частка витрат на доставку залізничним транспортом на 1% і збільшилася частка витрат по оплаті автомобільних перевезень, також на 1%. Питома вага інших статей практично не змінився. Оплата доставки продукції займала близько 38% в загальній сумі витрат.

Далі встановлюється, наскільки взаємопов'язані зміна комерційних витрат з експорту та зміна собівартості продукції (товарів), відвантажених на експорт, шляхом розрахунку відносного рівня комерційних (накладних) витрат по експорту і його зміна за різні звітні періоди, формула 2.2.

$$\text{ком} = \frac{З_{\text{ком}}}{С_{\text{продаж}}} \quad (2.2.)$$

Для оцінки економічної ефективності експортних операцій використовуємо два підходи - витратний і ресурсний. Відповідно, при оцінці ефективності експортних операцій виконується порівняння отриманого ефекту з витратами або ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту. При цьому можуть розраховуватися показники, що характеризують:

- віддачу витрат або ресурсів;
- рентабельність витрат або ресурсів.

Аналіз віддачі від витрат за експортними операціями. Віддача від витрат, пов'язаних з експортними операціями, характеризується ставленням експортної нетто-виручки до понесених витрат. Цей показник також називають ефективністю експорту:

$$\mathcal{E} = \frac{В}{З} * 100\% \quad (2.3.)$$

де \mathcal{E} - ефективність експорту;

+В – чистий дохід від експорту;

З - повна собівартість проданої на експорт продукції.

Нетто-виручка дорівнює експортному виторгу мінус сума вивізного мита. Понесені витрати являють собою повну собівартість проданої на експорт продукції (товарів, виконаних робіт, наданих послуг) і розраховуються за формулою:

$$\text{Повна вартість експортної продукції} = \text{Повна виробнича собівартість відвантаженої на експорт продукції} + \text{Комерційні витрати на експорт} \quad (2.4.)$$

На показник ефективності експорту впливають такі фактори, як контрактна (продажна) ціна, собівартість одиниці проданої продукції і рівень комерційних витрат (витрат обігу в торгівлі) за експортними операціями. Взаємозв'язок факторів можна виразити формулою:

$$E = \frac{B}{Z} * 100\% = \frac{P * Q}{Z_{\text{ком}}} * 100\% \quad (2.5)$$

де P - контрактна ціна одиниці експортної продукції;

Q - обсяг продажів;

C - повна виробнича собівартість одиниці проданої продукції;

Z_{ком} - комерційні витрати (витрати обігу) з експорту;

d_{ком} - питома вага комерційних витрат по експорту.

Далі виконується факторний аналіз ефективності експорту.

В таблиці 2.9 факторний аналіз виконаний також з застосуванням індексного методу.

Таблиця 2.14

Аналіз ефективності експорту лайнер бегу індексним методом

Показник	Формула розрахунку показника	2013	2017
Обсяг продукції, відвантаженої на експорт, тис. м3 (Q)	-	395,06	475,33
Чистий дохід від реалізації, тис. грн. (B)	-	56 390,86	71 328,02
Показник	Формула розрахунку показника	2016	2017
Середня контрактна ціна за одиницю, грн. (P)	$P=B:Q$	142,74	150,06
Виробнича собівартість проданої на експорт продукції, тис. грн. (Спродаж)	-	24 765,00	38 901,00
Середня виробнича собівартість одиниці проданої продукції, грн. (C)	$C = C_{\text{продаж}}/Q$	62,69	81,84
Комерційні витрати, тис. грн. (Зком)		13 391,00	24 212,00
Повна собівартість експортної продукції, тис. грн. (З)	$З=C+3$	38 156,00	63 113,00
Питома вага комерційних витрат (d)	$d = З_{\text{ком}}/C_{\text{продаж}}$	0,54	0,62
Ефективність експорту,% (E)	$E = B:З \cdot 100 \%$	147,79	113,02
Індекс ефективності експорту, I^E	$I^E = \frac{E}{E_0}$		0,765
Індекс фізичного обсягу, I^Q		1,000	
Індекс контрактних цін, I^P		1,051	
Індекс собівартості продажів, I^C		1,306	
Індекс рівня комерційних витрат, I^d		1,053	
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни фізичного обсягу,%	$\Delta E(Q) = 0,00$		
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни контрактних цін,%	$\Delta E(P) = 7,58$		
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни собівартості продажів,	$\Delta E(C) = -36,36$		
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни рівня комерційних витрат,%	$\Delta E(d) = -5,99$		
Зміна ефективності експорту - всього,% в т.ч. за рахунок зміни факторів,%	$\Delta E = -34,77$ $\Delta E = \Delta E(Q) + \Delta E(P) + \Delta E(C) + \Delta E(d) = -34,77$		

Джерело: розроблено автором на основі [26,30].

виробництва тари коливалися в межах 15-20%, в передкризовому 2013 році досягнувши 45%. У гостру фазу кризи спостерігалось стиснення ринку через заморожування перевезення в умовах нестачі кредитних ресурсів.

У 2014 році було значне падіння, яке продовжилося і в 2015. Як результат - дворазове скорочення рівня виробництва.

Зростання попиту на вироблену тару в Україні спостерігається тільки в 2016 році на 1,6% за рік. На даний момент, за оцінками фахівців галузі, ми вже пройшли дно і почали рости. Результати перших трьох кварталів 2016 року у 80% відповідають річним рівнем 2015 року та складають 52 тис. т. А якщо екстраполювати ті показники, що ми маємо зараз і на 4 квартал, то 2019 рік покаже зростання ринку.

Скорочення обсягів виробництва викликало симетричне зменшення кількості виробників. При цьому, вплив на ринок груп виробників за розміром річного обсягу виробництва в різні періоди було різним. У 2010-2013 рр. спостерігалось посилення ролі великих виробників тари з обсягом випуску понад 5 тис. т на рік. Частка цих підприємств збільшилася з 37% в 2010 році до 43% в 2013, а їх кількість зросла з 7 до 10 відповідно.

Щодо проблем, які присутні на українському ринку тари, то тут варто виділити кілька основних: в Україні не вистачає власного виробництва тари різних видів.

Сьогодні ціна на українську тару в два рази вище в порівнянні з ціною поза Україною. «Пробуксовує» використання тари з високомісних матеріалів. Справа в тому, що зі стандартною і дешевою тарою на щільному ринку працювати можуть все. А замовник, намагаючись заощадити, не завжди в змозі оцінити переваги високомісної тари, яка в тоннах коштує дорожче, але легше, а значить, її треба менше. Всі звертають увагу на вартість одиниці, забуваючи про вартість проекту в цілому. Переконливим прикладом тут можуть бути зарубіжні замовники. Якраз вони це дуже добре розуміють і хочуть працювати тільки з високомісній тарою. По-перше, така

тара зменшує витрати на транспортування, а, по-друге, вона дає високий надійність, захистовару який буде транспортуватися за допомогою тари.

Також, розвитку ринку тари заважає відсутність фінансових послуг. Виробники не встигають заробити, як у них вже сформовані податкові зобов'язання авансом. При цьому банківські кредити, на рівні 22% річних, непосильні. Як можна витримати кредитні 22%, якщо норма прибутку (планових накопичень) на рівні 6-8%? Для цього треба лімітувати банки, хоча б на кредитування оборотних коштів, на рівні 2-3% річних.

До всього перерахованого, варто додати нестабільність цін на тару. На жаль, вітчизняний ринок тари сильно прив'язаний до світового. У нашого інституту немає стокхолдеров і трейдерів. У той час як в Європі і на інших ринках статисти є певним інструментом згладжування цінових коливань на тару і в якійсь мірі вони захищають виробників тари від ринкових впливів. Ще одна проблема - вартості енергоресурсів. Вони явно завищені (вище ніж в країнах Європи та СНД). Ну і, звичайно ж, список буде неповним, якщо ми не згадаємо перехід ринку на європейські норми. Сьогодні ми якось повільно і невпевнено рухаємося напрямку впровадження європейських норм в практику. Але, будемо сподіватися, що ці та інші проблеми скоро вирішуватися.

Україна - це країна з серйозним промисловим потенціалом. У нас є, що показати на зовнішніх ринках. Ми здатні виробляти продукцію високої якості і при цьому ціни нижче, ніж в Європі, і це наша конкурентна перевага, якою ми повинні користуватися. Завдяки своєму вдалому розташуванню до основних ринків збуту, практично повним виробничим циклом тари, кваліфікованій робочій силі і хорошою сировинної бази, Україна може стати «Китаєм» для Європи. А з урахуванням того, що епоха дешевої китайської тари закінчується, це стає реальним.

У період 2011-2013 років виробники тари активно нарощували обсяги експорту. З втратою ключових ринків збуту - російського і білоруського - Україна втратила більше половини обсягів поставок на зовнішні ринки.

Однак рівень експорту лише перших трьох кварталів 2016 року вже досяг річного рівня 2015 року, що свідчить про відновлення вітчизняних експортоорієнтованих підприємств і перші позитивні результати зміни географічних векторів зовнішньої торгівлі. Також це підтверджує, що багато компаній обрали шлях експортного розвитку.

З точки зору географічного розподілу експорту в 2015 році Україна все ще мала високу частку поставок тари в Росію - їх загальний обсяг становив 1,7 тис. т за рік, що в процентному співвідношенні склало 21%. Однак уже в 2016 році на даний ринок було експортовано лише 200 т (3%). Разом з тим, вітчизняні виробники нарощували поставки в європейські країни, перш за все, до Польщі та Молдови. В результаті, за підсумками 2017 року дві позначені країни стали ключовими напрямками експорту тари.

Найбільшими українськими компаніями виробниками продукції в 2017 році були Укр-Тара, ЄвроТара, Зд-Тари, що експортують продукцію в такі країни, як Польща, Ізраїль, Молдова, Росія.

Таблиця 2.15.

Найбільші виробники тарив світі в 2017 р.

Компанія	Країна	Обсяг виробництва в 2017 році (млн. тонн)	Зміна до 2016 року (%)
A. Marciniak	Люксембург/Індія	73,2	-29,1
Aedice Co	Китай	40,2	20,7
Bausano & Figli SpA	Китай	38,9	9,9
Global Technology	Південна Корея	31,1	-6
Wuhan IronSteel	Китай	30,3	9,4
Anshan-Benxi	Китай	29,3	25,2

Продовження таблиці 2.15

Nippo Steel	Японія	24,3	-31,7
JFE Holdings	Японія	23,5	-28,8
Tata Steel	Індія	21,9	-13,5
Shandong	Китай	21,3	-2,3
US Steel	США	15,2	-34,8
Nucor	США	14,8	-32
Gerdau	Бразилія	13,5	-31,1

Джерело: розроблено автором на основі [34,55].

До основних конкурентів підприємства ТОВ «Глобал Інвес Системс» належать наступні українські виробники м'якої тари:

Таблиця 2.16

Основні конкуренти ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Підприємство	Види продукції	Країни-імпортери
Укр-Тара	Тара, м'яка тара	Польща, Ізраїль
ЄвроТара	М'яка поліпропіленова тара	Молдова, Польща
Зд-Тара	Біг беги, мішки ін. тара.	Німеччина, Ізраїль, Молдова
ТОВ «Грайф Флексіблс Україна»	Тара, м'яка тара	Росія, Ізраїль, Польща

Джерело: розроблено автором на основі [42].

Для визначення можливих країн для експорту товару поліпропіленової тари розглянемо основні напрямки експорту в Україні на рис. 2.12.

Більше третини із загального обсягу експорту всіх видів тари за 2017 рік припало на Ізраїль. Раніше цей ринок не був настільки великим споживачем і дана ситуація виникла за рахунок великого контракту одного з українських виробників на поставку в цю країну резервуарів в обсязі 2 тис. т.

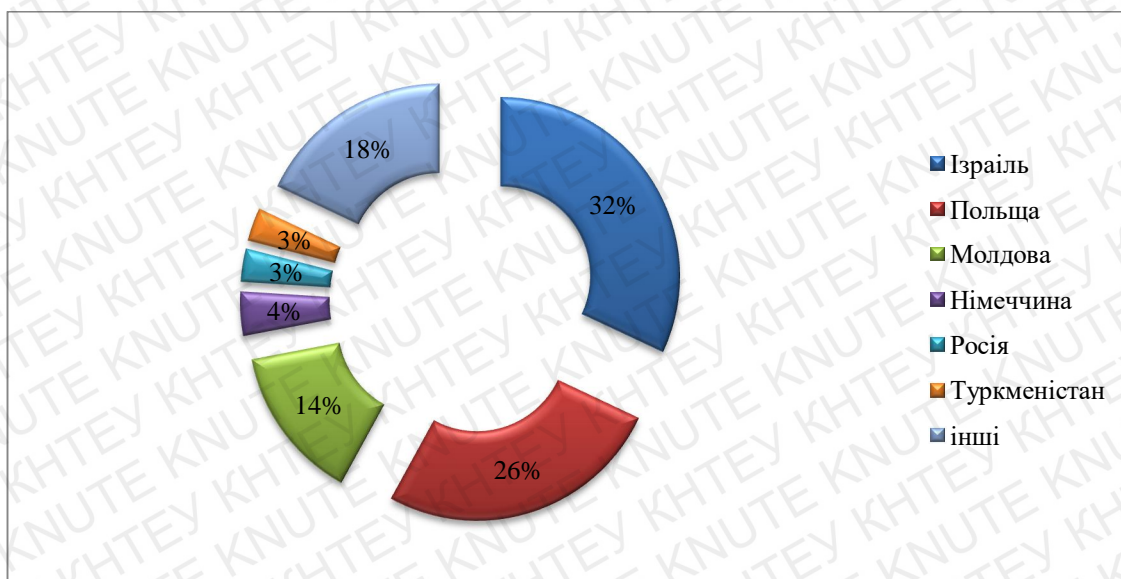


Рис. 2.12. Ключові напрями експорту видів тари в 2017 р., тонн
Джерело: розроблено автором на основі [44,56].

Стан організації багато в чому залежить від того, наскільки успішно вона здатна справлятися з можливими загрозами і використовувати існуючі можливості. SWOT-аналіз є універсальним аналітичним інструментом, завдяки якому досліджується фактичний стан і стратегічних перспектив фірми на основі вивчення її сильних і слабких сторін, ринкових можливостей і факторів ризику. Аналізуючи зовнішню шкоди, необхідно розглянути всі фактори і умови, на які підприємство не може впливати, але які негативно або позитивно впливають на його діяльність. При аналізі макросередовища, необхідно виділяються істотні на даний момент часу фактори впливу, які представлені в таблиці 2.12.

При аналізі внутрішнього середовища підприємства проводиться вивчення різних функціональних зон організації з метою виявлення сильних і слабких сторін.

Перевага SWOT-аналізу як методу полягає в тому, що він дозволяє сформувати набір елементів внутрішнього середовища в залежності від поставленої мети: вивчення маркетингової діяльності підприємства, дослідження проблем управління або діагностика конкурентоспроможності.

Таблиця 2.17.

**Характеристика внутрішнього середовища ТОВ «Глобал Інвес
Сістемс»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Окремі види обладнання відповідають самому передовому світовому рівню;	1. Низька завантаженість виробничих потужностей;
2. Наявність вільних виробничих потужностей; 3. Високий технічний рівень продукції; 4. Можливість доопрацювання виробу під специфічні вимоги замовника; 6. Високий рівень поточної ліквідності балансу.	2. Відсутність рекламної компанії; 3. Низький рівень короткострокової платоспроможності підприємства; 5. Значні витрати на транспортування (в т.ч. значне зростання за аналізований період); 6. Невигідні для покупця умови поставки

Джерело: розроблено автором на основі [44,56].

За інших рівних можливостях і ресурсах, стратегія підприємства повинна вибудовуватися так, щоб сильні сторони були максимально ефективними, щоб компенсувати слабкі сторони, уникаючи або знижуючи можливість впливу загроз.

Таблиця 2.18.

Характеристика зовнішнього середовища ТОВ «Глобал Інвест Сістемс»

Можливості	Загрози
1. Підприємство користується державною підтримкою; 2. Розвинута мережа постачальників;	1. Високі бар'єри виходу на окремі ринки; 2. Поява більш технологічної продукції у конкурентів на зовнішньому ринку;
3. Вихід на нові ринки або сегменти ринку; 4. Освоєння нових напрямків виробництва;	3. Труднощі транспортування продукції у віддалені країни. 4. Конкуренція на ринку

Джерело: розроблено автором на основі [45,48]

Отже, із таблиці 2.18 можна зробити висновок, що підприємство з одного боку має достатньо можливостей для розвитку виробництва і нарощування експорту, такі як: державна підтримка, розвинута мережа

постачальників. А з іншого боку, підприємство зіткається зі труднощами і зовнішніми загрозами, такі як: високі бар'єри виходу на окремі ринки, труднощі транспортування продукції у віддалені країни, конкуренція на ринку.

Заключним етапом SWOT-аналізу являється заповнення матриці, в якій послідовно розглядаються фактори можливостей і загроз, встановлюються зв'язки з сильними і слабкими сторонами підприємства.

Таблиця 2.19.

Матриця SWOT-аналізу ТОВ «Глобал Інвест Системс»

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	<ol style="list-style-type: none"> 1. Завдяки передовому рівню окремих видів устаткування і високому технологічному рівню сприяє просуванню товару на нові ринки; 2. Розвинута мережа постачальників дає можливість вибору більш якісних комплектуючих, що покращує якість і технічний рівень продукції; 3. Наявність вільних виробничих потужностей дає можливість задовольнити збільшення попиту на продукцію підприємства; 4. Завдяки високому рівню незалежності підприємства, зважаючи на відсутність довгострокових зобов'язань і низькою короткостроковою заборгованості, у підприємства з'являється можливість розглянути розширення виробництва: збільшення асортиментного ряду або освоєння нових напрямків виробництва. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Державна підтримка підприємства може компенсувати дефіцит фінансових ресурсів; 2. Недостатньо активне просування товару на зовнішній ринок може значно ускладнити освоєння нових ринків; 3. Значні витрати на транспортування можуть істотно зменшити кількість освоєваних ринків
Загрози	<ol style="list-style-type: none"> 1. Упор на високий технічний рівень при просуванні продукції повинен допомогти подолати бар'єри виходу на зовнішні ринки; 2. Використання можливості доопрацювання виробу під специфічні вимоги замовника - як ефективний засіб ведення конкурентної боротьби на зовнішньому ринку 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Невигідні умови поставки можуть змусити замовників перейти до конкурентів; 2. Низький рівень короткострокової платоспроможності може послужити додатковим бар'єром виходу на зовнішній ринок.

Джерело: розроблено автором на основі [44,45,48,56].

Завдяки проведеному аналізу, ми можемо сформулювати, як можна скористатися можливостями, що відкриваються, використовуючи сильні сторони підприємства, а на які основні загрози, посилені слабкими

сторонами, необхідно звернути особливу увагу. Аналізуючи дані таблиці, можна побачити, що найбільш суттєві і перспективні можливості підприємства полягає в удосконаленні зовнішньоекономічної діяльності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Аналіз фінансової звітності підприємства свідчить про те, що підприємство є прибутковим, прибуток у 2017 році становить 86831 тис.грн. Отже, позитивними змінами в діяльності є: збільшення середньорічної вартості активів, збільшення середньорічної вартості основних засобів, збільшення середньорічної вартості власного капіталу, збільшення фонду оплати праці, збільшення середньої заробітної плати.

Експортна стратегія підприємства полягає у зменшенні накладних витрат за рахунок енергозбереження, збільшенні обсягів експорту, зниженні собівартості товару, запровадження нового унікального та інноваційного продукту для завоювання нових ринків. Але, при цьому, можемо підсумувати, що стратегія підприємства є недостатньо ефективною, оскільки частка експорту становить лише 7,6% від всього збуту товару. Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс» експортує лише у 2 країни: Республіка Білорусь і Казахстан. Але за 2015-2017 період простежується позитивна тенденція зростання експорту за рахунок підвищення обсягів збуту, пристосування до потреб закордонних споживачів, освоєння товару на зарубіжних ринках. Показник ефективності експорту у 2017 р. становить 113,02%

Експортна стратегія підприємства «Глобал Інвест Системс» не є досконалою, тому експорт здійснюється у невеликому обсязі. На це вплинула порівняно висока собівартість товару, високі затрати і нерациональне використання транспорту, а також не вигідні умови поставки, а саме використання залізничного транспорту, що складає 54% усіх накладних витрат підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс» у 2017 році.

РОЗДІЛ 3

.НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ
ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ГЛОБАЛ ІНВЕСТ СІСТЕМС»3.1 Визначення перспективних напрямів удосконалення експортної стратегії
ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Виходячи з проведённого факторного аналізу ефективності експорту нами були виявлені ряд проблем негативно вплинули на його економічну ефективність:

- збільшення собівартості продажів на 30% в звітному році посприяло зниження ефективності експорту лайнер бегу на 36%;
- збільшення рівня комерційних витрат на 5%, зменшило його ефективність на 6%;
- обсяг продукції реалізованої за експортними контрактами становить лише невелику частину із загальної виручки підприємства 2,7% в 2017 р. (всього загальна частка ЗЕД з виручки становить 7,6%).

Таким чином, на зниження ефективності експорту аналізованої продукції вплинули собівартість продажів, комерційні витрати і низький обсяг продажів за кордон. Але на підприємстві за звітний рік також простежується тенденція зростання факторів, що позитивно впливають на значення ефективності експорту таких, як контрактна ціна, фізичний обсяг поставок, уточнене значення оборотності оборотного капіталу, який привів до збільшення оборотності оборотного капіталу.

Головним чином причиною зниження ефективності зовнішньоекономічної діяльності є низькі поставки продукції підприємства на зовнішні ринки. Стратегія маркетингу ТОВ «Глобал Інвест Системс» на зовнішніх ринках повинна бути підпорядкована загальній стратегії розвитку компанії і спрямована на вирішення наступних завдань:

- збільшення реалізації продукції, розширення асортименту;
- підтримання високої якості продукції, що виробляється;

- підвищення рентабельності виробництва і продажів

Для ТОВ «Глобал Інвест Системс» на зовнішньому ринку найбільш оптимальною буде стратегія «диференційованого маркетингу», коли підприємство орієнтується на кілька груп покупців і адаптує свій товар/послугу під вимоги кожної групи. Цю модель поведінки доцільно використовувати на насичених ринках, на яких відсутній явний дефіцит, в умовах високої конкуренції. Основна перевага даного варіанта - то, що, орієнтуючись на різні групи споживачів, можна мінімізувати ризики, отже, підприємство буде мати високу ринкову стійкість.

Особливості споживчого попиту і певні підприємством цілі стратегії маркетингу визначають основні положення комплексу маркетингу на зовнішніх ринках.

Для того щоб мати можливість підприємству сьогодні конкурувати на ринку, необхідно відповідати очікуванням споживача. По кожному виду планованої до виробництва продукції повинен проводитися ретельний аналіз її положення на цільових сегментах з урахуванням етапу життєвого циклу і наступних перспектив. Така аналітична робота дозволяє уникати помилок, пов'язаних з вкладенням коштів у виробництво неперспективною і неконкурентоспроможною продукції, а також оперативно знаходити цільові сегменти найбільш інтенсивного збуту.

Основним направленням стратегії експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс» має бути орієнтація на Європу. І першим закордонним заходом на території Європи має стати BUDMA 2018 (м. Познань), в рамках якого буде відбуватися поширення англійської версії каталогу учасників українського ринку тари 2017/2018.

При високому рівні виробничого процесу і можливості випускати продукцію відповідно до EN 1090, ТОВ «Глобал Інвест Системс» може запропонувати європейським замовникам більш низьку ціну на тари, ніж заводи з Європи.

Серед ключових проектів ТОВ «Глобал Інвест Системс» на 2018 рік, варто виділити:

- Підвищення впізнаваності українських виробників на зовнішніх ринках, в першу чергу, Польщі.
- Подальший розвиток проекту маркетингових комунікацій, спрямованого на інформування цільової аудиторії про переваги поліпропіленової упаковки.

В області стимулювання збуту ТОВ «Глобал Інвест Системс» слід здійснити наступні заходи:

- стимулювання дилерів (надання бонусів, знижок, в залежності від виконання прийнятих зобов'язань, проведення спільних рекламних акцій заходів, організація виставок);
- вдосконалення системи і форм оплати за продукцію;
- вдосконалення концепції фірмового стилю (фірмового кольору, композиції буклету, проспекту, конверта, елементів оформлення фірмових секцій і приміщень);
- постійна актуалізація сайту підприємства розміщення інформації про ціни, нові види продукції, новин підприємства і галузі в цілому, відкритих фінансових звітів, довідкової інформації і т.д.

Також для залучення нових клієнтів можна розробити систему знижок.

Тут необхідно розглядати такі можливості:

- знижки: якщо клієнт платить протягом декількох днів, то йому можна надати знижку від 2 до 5%. Така можливість привертає покупця до швидкої оплати рахунків, що є перевагою для виробника особливо в країнах з тривалими термінами грошових переказів
- знижка з обсягів: це найвідоміший варіант знижок, який, як і раніше піклується про хороших зв'язках з мережею збуту. Це підштовхує дилерів або дистриб'юторів до замовлення великих обсягів, які будуть

зберігатися не в місті розташування компанії, а на відповідних складах в зарубіжних представництвах для швидкої доставки.

- функціональна знижка: вона надається, якщо покупець виконує певні завдання підприємства, такі як доставка або розвантаження.

На підприємстві також можна застосувати наступну систему:

1) Термінових знижок, які надаються оптовим покупцям в залежності від терміну оплати товару:

- 1.1 при авансової оплати - знижка 10%;
- 1.2 при оплаті протягом тижня з моменту відвантаження - 5%.

2) накопичувальних знижок.

3) Індивідуальних знижок.

Для просування на зовнішніх ринках актуально використання методів PR, директ маркетингу і т.д. :

- постійно діюча експозиція останніх моделей продукції в представництвах, великих торгових галереях;
- презентація нових моделей для бізнес-партнерів і журналістів;
- участь в тестах тари, організованих спеціалізованими журналами;
- система тренінгів продавців;
- участь у виставках будівельної продукції, що проводяться для регіональних бізнес партнерів і преси;
- спонсорство культурних і спортивних заходів;
- участь в спільних акціях з партнерами;
- PR підтримка в пресі.

Для завоювання нових ринків і закріплення на старих ТОВ «Глобал Інвест Системс» слід активізувати свою виставкову діяльність.

Метою щорічних виставок і ярмарків є зміцнення своїх позицій на ринку, вивчення попиту на продукцію при прямому контакті зі споживачами, а також укладення прямих і довгострокових договорів з оптовими покупцями.

У зв'язку з цим ТОВ «Глобал Інвест Системс» можна порекомендувати частіше брати участь в галузевих виставках за кордоном, на яких укладаються контракти і налагоджуються більш тісні зв'язки з оптовими покупцями.

Так, як показує досвід проведення подібних тематичних виставок, як правило, за їх підсумками полягають мінімально 15 контрактів.

Не менш важливою причиною зниження ефективності експортної діяльності є збільшення собівартості. Для зменшення даного чинника можна запропонувати заходи щодо зниження споживання паливно-енергетичних ресурсів. Від реалізації енергозберігаючих технологій в процесі виробництва безпосередньо залежить собівартість продукції, а значить, і її ціна, яка безпосередньо впливає на рівень прибутку і рентабельності виробництва

Основними напрямками енергозбереження будуть:

- структурна перебудова підприємств, спрямована на випуск менш енергоємкої, конкурентоспроможної продукції;
- спеціалізація і концентрація окремих і енергоємких виробництв по регіонах;
- модернізація і технічне переозброєння виробництв на базі наукоємких ресурсо- і енергозберігаючих та екологічно чистих технологій;
- вдосконалення існуючих схем енергопостачання підприємств;
- підвищення ефективності роботи котелень і компресорних установок;
- використання вторинних ресурсів і альтернативних видів палива, в тому числі горючих відходів виробництва;
- застосування ефективних систем теплопостачання, освітлення, вентиляції, гарячого водопостачання; - розширення мережі демонстраційних об'єктів.

Скорочення споживання енергоресурсів на ТОВ «Глобал Інвест Системс» планується за рахунок впровадження заходів, передбачених Програмами з енергозбереження, а також за рахунок концентрації виробництва на одному виробничому майданчику.

Таким чином, реалізація розроблених заходів для ТОВ «Глобал Інвест Системс» дозволить підвищити ефективність роботи підприємства на зовнішніх ринках, а, отже, також призведе і до підвищення ефективності функціонування ТОВ «Глобал Інвест Системс» в цілому.

3.2. Обґрунтування заходів щодо вдосконалення експортної стратегії досліджуваного підприємства

Досвід підприємств-експортерів вказує нам на те, що розвиток експорту вимагає дотримання низки взаємопов'язаних між собою принципів, а саме:

- забезпечення інноваційності продукції, її відповідності чинним стандартам якості;
- забезпечення захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера;
- необхідність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів;
- побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців;
- постійність і адекватність позиціонування продукції на ринку;
- передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури;
- забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємства-експортера.

З вищесказаного ми можемо зробити висновок, що маркетингові складові удосконалення експортної стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс» мають фундаментальне значення і їх потрібно удосконалювати. На рис.3.1 відобразимо теоретичну модель механізму формування ефективної маркетингової стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс»

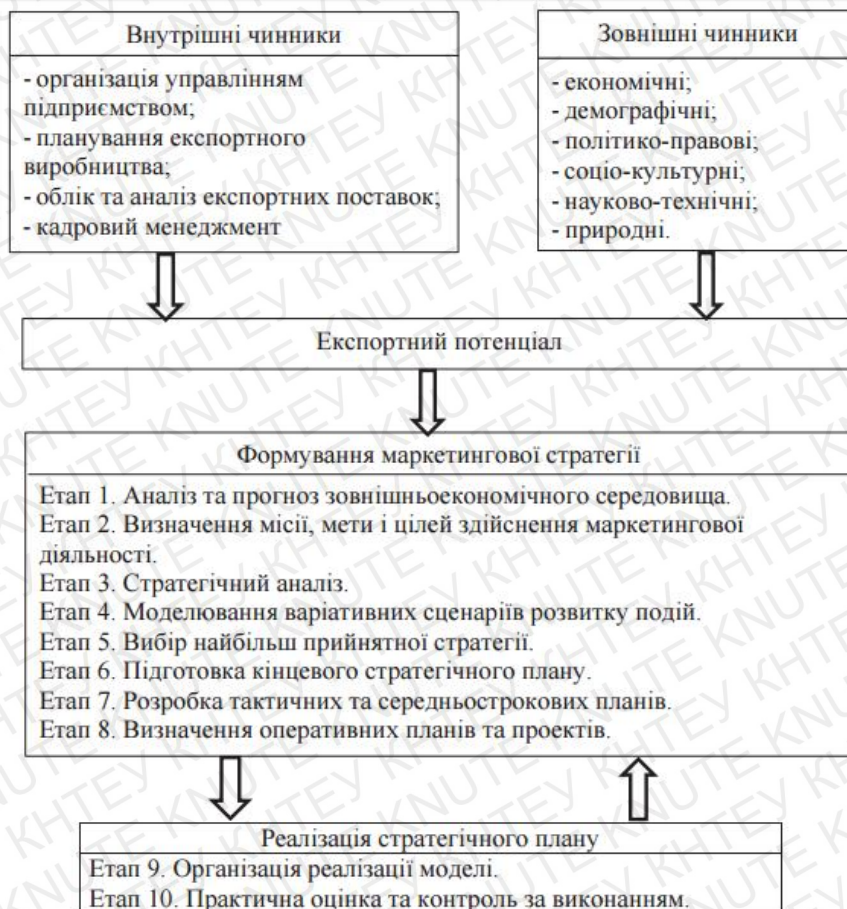


Рис. 3.1 Теоретична модель механізму формування ефективної маркетингової стратегії ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Джерело: розроблено автором на основі [48,56].

З даної схеми можна зробити висновок, що основою планування розвитку експортної стратегії – виходу ТОВ «Глобал Інвест Системс» на зовнішні ринки являється вибір оптимального способу проникнення його на ці ринки. У сучасних умовах склались три основних способи виходу підприємства на зовнішні ринки:

1. Створення власної ланки збуту на цільових іноземних ринках. Такий спосіб поряд з функцією збуту дозволяє добре вивчити особливості конкретних ринків, однак він вимагає великих затрат і може бути вигідним у тому випадку, якщо підприємство має значні об'єми реалізації продукції, що дозволяють окупити витрати на створення власної ланки збуту.

2. Використання ланки збуту за кордоном. Цей спосіб дає можливість використання незалежних торгових посередників. Він особливо потрібен при

виході підприємства на нові ринки, коли власна ланка збуту ще не створена чи її створення неефективне. Робота торгових співробітників вимагає опрацювання ряду важливих питань, таких як передача повноважень по експорту товару, винагорода, відповідальність за реалізацію та ін. Усі ці питання вивіряються в контрактах про торгово-посередницькі операції.

3. Спосіб виходу на іноземні ринки шляхом створення власного виробництва товарів за кордоном (СП, дочірніх філіалів та ін.). Такий спосіб вигідний тоді, коли даний ринок для підприємства перспективний, а виробництво товарів на місці може дати відчутну економічну вигоду за рахунок економії на транспортних витратах, мита, нетарифних обмежень, використання кваліфікованої, але більш дешевої робочої сили, наближення виробництва до джерел сировини і т.п. [8, с. 82].

Організувавши вихід на іноземні ринки таким чином, підприємство може значно удосконалити експортну стратегію. Однак при цьому необхідно добре знати умови діяльності в даній країні, її законодавчі акти. На основі дослідження, оцінки й вибору іноземних ринків, розробляється товарна, цінова, стратегія збуту та інші види політики, тобто заходи маркетингового комплексу, що входять у стратегічну маркетингову програму.

Проаналізувавши систему збуту ТОВ «Глобал Інвест Системс» слід зазначити, що вона знаходиться на достатньо невисокому рівні, тому вкрай необхідна розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення збутової політики досліджуваного підприємства. Такий рівень збутової діяльності зумовлений вище вказаними недоліками. В кінцевому випадку, недоліки в збутовій діяльності негативно вплинуть на результати ЗЕД підприємства: зменшиться кількість клієнтів, підприємство недоотримає прибутки.

Для усунення виявлених недоліків, а також для подальшого підвищення ефективності діяльності досліджуваного підприємства потрібне виконання наступних загальних завдань:

- залучення до відділу ЗЕД працівників, що спеціалізуються на ЗЕД з новими (ще не відкритими для підприємства) країнами (використовуючи аутсорсинг);
- стимулювання збуту продукції;
- активізація маркетингової політики і вихід на нові ринки збуту продукції для ТОВ «Глобал Інвест Системс». Пріоритетним є ринок Польщі, що має потребу у продукції поліпропіленової тари;
- розширити асортимент продукції на ТОВ «Глобал Інвест Системс».
- зменшення собівартості продукції за рахунок енергозбереження
- зменшення витрат на транспортування продукції ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Перераховані заходи дозволять підприємству збільшити обсяг експорту, залучити нових покупців та підвищити прибутки від експорту.

3.3. Розрахунок прогнозних показників експортної діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» з урахуванням запропонованих заходів.

Одним із головних способів підвищення ефективності експортних операцій підприємства також є зниження витрат на транспорт. Виходячи з аналізу пункту 2.2 було виявлено, що комерційні витрати складають 31% в загальній сумі витрат, що оцінюється як відносно високі. В якості вирішення проблеми великої частки накладних витрат, були запропоновані деякі рекомендації щодо їх зниження, а саме зміна варіанти доставки будівельних тари, який має на увазі зміну способу доставки з залізничного транспорту на автоперевезення, в цьому випадку товар до складу покупця доставляє спеціалізована організація, яку продавець також вибирає сам. Так як перевезення негабаритних вантажів вимагає узгодження з державними органами, оформлення певного пакету документів, супровід автомобілів дорожньо-патрульної служби та деякі інші нюанси необхідно вибрати компанію, яка має багаторічний досвід по доставці нестандартних вантажів, в

цьому випадку перевізником стане компанія ТОВ «ДИАЛ». Документом, що підтверджує укладення договору перевезення і факт виконання своїх зобов'язань перевізником, в даному випадку є транспортна накладна.

Фактори, що впливають на витрати з доставки автомобільним транспортом:

1. Один з головних чинників, що впливають на витрати з доставки є сезон року. Оскільки, в залежності від пори року змінюється рівень витрат на бензин. Так, в зимові місяці витрата на бензин більше, оскільки доводиться розігрівати машини перед початком роботи. У період весняного танення снігів, коли на дорогах сльота і бруд, часто машини застрягають або довго стоять в пробках.

2. Рівень товарообігу, який відповідно залежить від попиту і пропозиції. Також виявляється соціальний фактор - свята, сезонні продажі (наприклад, підвищений попит на цукровий пісок в червні-липні), соціальний стан населення і т.д.

3. Час простою на дорогах і в точках доставки.

4. Рівень цін на бензин.

Щоб довести доцільність зміни види транспорту, проведемо розрахунок доставки на одній машині по найбільш оптимальному маршруту.

Щоб розрахувати витрати по даному маршруту скористаємося формулою: Вартість доставки = тарифна ставка · час + витрати на дизель

Тарифна ставка на найманих машинах компанії ТОВ «ДИАЛ» становить – 150 грн./год. Загальний час, який витрачено на весь маршрут, з урахуванням швидкості на дорозі, становитиме час проїзду від точки до точки плюс час простою в кожній точці. Разом: 4 ч 34 хв.

Витрати на дизель розрахуємо за такою формулою:

Витрати на дизель = відстань · вартість 1 л дизеля · витрата / 1 км

Нам відомо, що загальна відстань становить 321 км, вартість дизеля на 2017 г. – 29,45. Далі нам необхідно знати витрата палива на 1 км.

Так як тари, що поставляються ТОВ «Глобал Інвест Системс» неможливо помістити в звичайну транспортувальну машину, перевезення товару необхідно буде перевозити на автомобілях з напівпричепами. У таких машинах є всі необхідні умови для фіксації вмісту. Щоб розрахувати витрати на дизель для низькорамного трала марки МАЗ 642248 використовуємо метод пропорції. Норми витрати дизеля для даного транспорту складають 25 л на 100 км.

МАЗ 100 км – 25 л.

1 км – хл

Звідси $x = 25/100 = 0,25$ л/км.

Витрати на томливо по МАЗу = $321 * 29,45 * 0,25 = 2363,36$ грн.

Далі можемо розрахувати вартість доставки:

$150 \text{ грн} \backslash \text{год.} * 4,34 \text{ г.} + 2363,36 = 3014,36$ грн.

З урахуванням зміни способу транспортування, кількості поставок, їх обсягів, і витрат продавця розрахуємо комерційні витрати за експортними операціями. Таким чином, ми зможемо розрахувати як зміниться ефективність експорту у 2018 році в залежності від зміни факторів : за рахунок зміни комерційних цін, за рахунок зміни собівартості продажу, за рахунок зміни рівня комерційних витрат, за рахунок зміни усіх факторів разом. Це надасть нам можливість більш точно проаналізувати, які з факторів мають найбільший вплив на ефективність експорту підприємства ТОВ «Глобал Інвест Системс».

Таблиця 3.1.

Факторний аналіз ефективності експорту тари індексним методом
ТОВ «Глобал Інвест Системс» 2017-2018 рр.

Показник	Формула	2017	2018
Обсяг експортної продукції, тис. тонн(Q)	-	0,459	0,713
Чистий дохід від реалізації, тис. грн. (В)	-	23867,94	38246,87

Показник	Формула		
Середня контрактна ціна за одиницю, грн. (P)	$P=B/Q$	51999,87	53642,17
Середня виробнича собівартість одиниці проданої продукції, грн. (C)	$C = C_{\text{продаж}}/Q$	23113,29	26235,62
Комерційні витрати, тис. Руб. ($Z_{\text{ком}}$)	-	5556,90	8800,03
Експортна виручка, тис.грн. (B)	$E = B/3*100\%$	147,64	139,05
Індекс ефективності експорту, I^E	$I^E = E_1/E_0$		0,942
Індекс фізичного обсягу, I^Q			1,000
Індекс контрактних цін, I^P			1,032
Індекс собівартості продажів, I^C			1,135
Індекс рівня комерційних витрат, I^d			0,965
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни фізичного обсягу, %	$\Delta E(Q) = 0,00$		
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни контрактних цін, %	$\Delta E(P) = 4,66$		
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни собівартості продажів, %	$\Delta E(C) = -15,13$		
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни рівня комерційних витрат, %	$\Delta E(d) = 4,87$		
Зміна ефективності експорту - всього, % в т. ч. за рахунок зміни факторів, %	$\Delta E = -8,59$		

Рис. 3.1. Аналіз ефективності експортних операцій для торгових операцій, %

Джерело: розроблено автором на основі [48,56].

У 2018 в порівнянні з базисним відбулося зниження ефективності експортних операцій на 8%. На нього вплинули наступні фактори:

- збільшення контрактної ціни продукції, що продається на 3%, що призвело до зростання ефективності на 4,66%;
- збільшення собівартості продажів на 13%, що знизило ефективність експорту на 15,13%;
- зниження рівня комерційних витрат на 4%, що збільшило ефективність на 4,87%.

Зміна фізичного обсягу експортної продукції саме по собі не впливає на ефективність експорту.

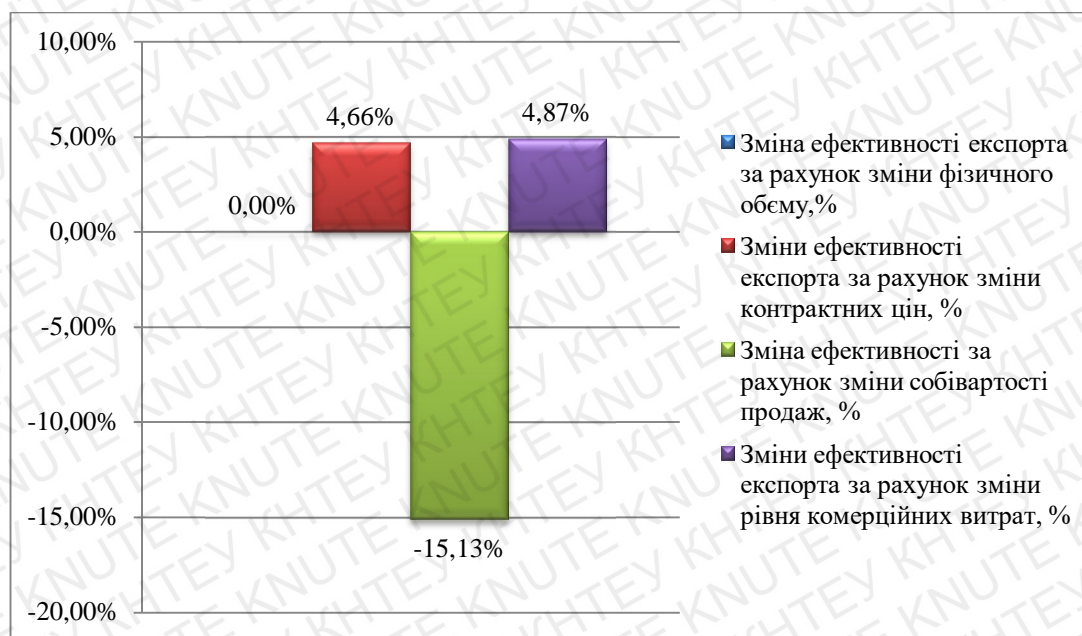


Рис. 3.1. Аналіз ефективності експортних операцій для торгових операцій, %

Джерело: розроблено автором на основі [44,45,48,56].

В п. 2.1. нами було визначено, що основною проблемою експортної діяльності підприємства є не його низька ефективність, а дуже маленькі обсяги. Нами було запропоновано підприємству вихід на нові ринки – ринок Польщі.

В результаті планується, що підприємство буде експортувати в Польщу

продукцію в обсязі 123654 тис. грн.

Таблиця 3.4.

Зміна експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс» за 2017-2018 рр. за рахунок освоєння ринку Польщі

Показник	Роки		Відхилення 2018/2017
	2017	2018	%
Чистий дохід від реалізації, всього тис.грн.	2888232	3011886	4,28
Чистий дохід від експорту, тис.грн.	219923	343577	56,22

Джерело: розроблено автором на основі [43,52,58].

За даними таблиці 3.2 можна зазначити, що за рахунок освоєння ринку Польщі ми зможемо збільшити обсяги експорту на 56,22 %, оскільки продукція підприємства є інноваційною для ринку Польщі і може користуватися високим попитом. Так як, обсяги експорту не є значними у 2017 році, компанія може їх суттєво збільшити за рахунок виходу на ринок Польщі у 2018 р. Виходячи з характерних особливостей ринку Польщі, можемо рекомендувати компанії виходити на ринок через торгове представництва у Польщі, оскільки вони можуть бути ближчими до польського споживача, диверсифікувати фінансові ризики, мати доступ до фінансових інструментів, що діють в країні.

Для визначення зміни ефективності експорту у 2018 році спрогнозуємо зміну ефективності експорту експорту за рахунок змвни рівня комерційних витрат використовуючи залізничний транспорт ТОВ «"КРАФТТРАНС" та автомобільний транспорт ТОВ «ДІАЛ»

Зміна ефективності експорту за рахунок зміни рівня комерційних витрат,%

Показник	Залізничний транспорт, ТОВ "КРАФТТРАНС"	Автомобільний транспорт, ТОВ "ДІАЛ"
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни контрактних цін,%	4,43	4,66
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни собівартості продажів,%	-17,24	-15,13
Зміна ефективності експорту за рахунок зміни рівня комерційних витрат,%	-0,88	4,87

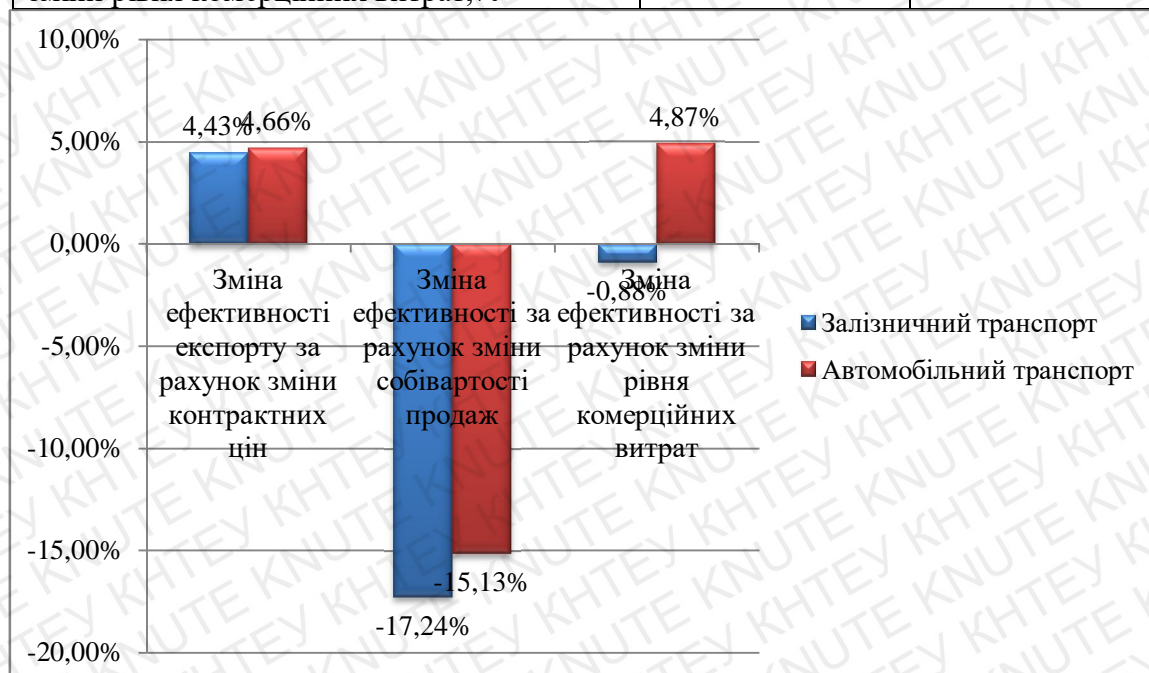


Рис. 3.2. Факторний аналіз зміни ефективності експортних операцій

Джерело: розроблено автором на основі [44,45,48,56].

За даними таблиці 3.3 та рисунку 3.2 можемо спостерігати, що ефективність експорту ми можемо підвищити лише за рахунок зміни контрактних цін та рівня комерційних витрат, зміна собівартості продажу лише зменшує ефективність експорту. Також, можемо зазначити, що доцільніше використовувати автомобільний транспорт ТОВ «ДІАЛ» для транспортування товару ТОВ «Глобал Інвест Системс», бо завдяки економії транспортних витрат ми зможемо збільшити ефективність експорту на 4,87%.

Можна зазначити, що на сьогоднішній день одним з основних елементів удосконалення експортної стратегії на підприємстві ТОВ «Глобал Інвест Сітемс» є процес вдосконалення його збутової діяльності, який дасть змогу збільшити ефективність експортних продажів, дозволить швидше реагувати на ринкові зміни на зарубіжних ринках та отримати суттєві переваги підприємства в конкурентній боротьбі.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що введення заходів зміни способу доставки вантажу для зниження комерційних витрат організації, освоєння нового ринку збуту, Польщі, надасть можливість збільшити обсяг експорту до 343577 тис.грн. та дозволить здійснювати експорт товару більш ефективно. А також, використання автомобільного транспорту ТОВ «Діал» є більш ефективним.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Виходячи з проведеного факторного аналізу ефективності експорту були виявлені ряд проблем, які негативно вплинули на його економічну ефективність:

- збільшення собівартості продажів на 30% в звітному році посприяло зниження ефективності експорту лайнер бегу на 36%;
- збільшення рівня комерційних витрат на 5%, зменшило його ефективність на 6%;
- обсяг продукції реалізованої за експортними контрактами становить лише невелику частину із загальної виручки підприємства 2,7% в 2017 р. (всього загальна частка ЗЕД з виручки становить 7,6%).

Основою планування розвитку експорту ТОВ «Глобал Інвест Системс» на зовнішніх ринках є удосконалення стратегії за такими напрямками:

-залучення до відділу ЗЕД працівників, що спеціалізуються на ЗЕД з новими (ще не відкритими для підприємства) країнами (використовуючи аутсорсинг);

удосконалення маркетингових комунікацій підприємства;

-стимулювання збуту продукції;

-активізація маркетингової політики і вихід на нові ринки збуту продукції для ТОВ «Глобал Інвест Системс». Пріоритетним є ринок Польщі, що має потребу у продукції поліпропіленової тари;

-забезпечення найвищого рівня обслуговування покупців на ТОВ «Глобал Інвест Системс»

-розширення асортименту продукції на ТОВ «Глобал Інвест Системс».

-зменшення собівартості продукції за рахунок енергозбереження

-зменшення витрат на транспортування продукції ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Спрогнозувавши ефективність експорту на 2018 рік за рахунок змін контрактної ціни продукції, собівартості, рівня комерційних витрат, можемо зробити наступні висновки:

- за рахунок зниження контрактних цін ефективність експорту збільшиться на 4,66%
- за рахунок зменшення собівартості продажів ефективність знизиться на 15,13%
- за рахунок зниження витрат на транспорт ефективність збільшиться на 4,87%.

Отже, підвищити ефективність експорту підприємство може за рахунок зниження контрактних цін та зниження витрат на транспорт.

Також, можемо вважати доцільним освоєння нового ринку збуту, Польщі, для здійснення експорту. Таким чином, обсяг експорту може збільшитись на 123654 тис.грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Експортна стратегія підприємства визначається як комплекс дій, спрямованих на поглиблення та розширення експортної діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу з додержанням загальнодержавних інтересів.

Найбільш ефективними видами експортної стратегії є: стратегія сегментації, інноваційна стратегія, стратегія інтернаціоналізації, стратегія кооперації.

Особливостями експорту виробничого підприємства є прямий і непрямий експорт. Непрямий експорт не потребує значних капіталовкладень і тому використовується підприємством для виходу нового товару на неосвоєний зовнішній ринок. Прямий експорт використовують виробничі підприємства, що мають експортний досвід. Цей вид експорту дозволяю відстежувати ситуацію на ринку, реакцію споживача і забезпечувати експорт більш ефективно. Виробничі підприємства, зазвичай, обирають різноманітні експортні стратегії, але найчастіше зустрічається стратегія сегментації. Вона ґрунтується на визначенні цільових сегментів ринку для визначення можливостей і перспектив для реалізації продукції підприємства.

До методів оцінки ефективності експортної стратегії відносять : метод І.І. Кретової, методичний підхід Т.В.Миролюбової, методичний підхід до оцінки ефективності експортних операцій Н.А. Янковського, методика визначення розміру абсолютного ефекту від вивозу окремої продукції, метод факторного аналізу динаміки експортних операцій підприємства.

Для визначення ефективності експорту підприємства на базі якого проводиться дослідження, доцільніше обрати методику І.І. Кретової, оскільки вона допомагає визначити рентабельність експорту і використовується великими компаніями, як основа для побудови власного найбільш ефективного алгоритму аналізу ефективності експортних операцій.

Аналіз фінансової звітності підприємства свідчить про те, що підприємство є прибутковим, прибуток у 2017 році становить 86831 тис.грн. Отже, позитивними змінами в діяльності є: збільшення середньорічної вартості активів, збільшення середньорічної вартості основних засобів, збільшення середньорічної вартості власного капіталу, збільшення фонду оплати праці, збільшення середньої заробітної плати.

Експортна стратегія підприємства полягає у зменшенні накладних витрат за рахунок енергозбереження, збільшенні обсягів експорту, зниженні собівартості товару, запровадження нового унікального та інноваційного продукту для завоювання нових ринків. Але, при цьому, можемо підсумувати, що стратегія підприємства є недостатньо ефективною, оскільки частка експорту становить лише 7,6% від всього збуту товару. Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс» експортує лише у 2 країни: Республіка Білорусь і Казахстан. Але за 2015-2017 період простежується позитивна тенденція зростання експорту за рахунок підвищення обсягів збуту, пристосування до потреб закордонних споживачів, освоєння товару на зарубіжних ринках. Показник ефективності експорту у 2017 р. становить 113,02%

Експортна стратегія підприємства «Глобал Інвест Системс» не є досконалою, тому експорт здійснюється у невеликому обсязі. На це вплинула порівняно висока собівартість товару, високі затрати і нерациональне використання транспорту, а також не вигідні умови поставки, а саме використання залізничного транспорту, що складає 54% усіх накладних витрат підприємства ТОВ «Глобал Інвест Систетмс» у 2017 році.

Виходячи з проведеного факторного аналізу ефективності експорту були виявлені ряд проблем, які негативно вплинули на його економічну ефективність:

- збільшення собівартості продажів на 30% в звітному році посприяло зниження ефективності експорту лайнер бегу на 36%;

- збільшення рівня комерційних витрат на 5%, зменшило його ефективність на 6%;
- обсяг продукції реалізованої за експортними контрактами становить лише невелику частину із загальної виручки підприємства 2,7% в 2017 р. (всього загальна частка ЗЕД з виручки становить 7,6%).

Основою планування розвитку експорту – активація діяльності ТОВ «Глобал Інвест Системс» на зовнішніх ринках є удосконалення стратегії за такими напрямками:

-залучення до відділу ЗЕД працівників, що спеціалізуються на ЗЕД з новими (ще не відкритими для підприємства) країнами (використовуючи аутсорсинг);

удосконалення маркетингових комунікацій підприємства;

-стимулювання збуту продукції;

-активізація маркетингової політики і вихід на нові ринки збуту продукції для ТОВ «Глобал Інвест Системс». Пріоритетним є ринок Польщі, що має потребу у продукції поліпропіленової тари;

-забезпечити найвищий рівень обслуговування покупців на ТОВ «Глобал Інвест Системс»

-розширити асортимент продукції на ТОВ «Глобал Інвест Системс».

-зменшення собівартості продукції за рахунок енергозбереження

-зменшення витрат на транспортування продукції ТОВ «Глобал Інвест Системс»

Спрогнозувавши ефективність експорту на 2018 рік за рахунок змін контрактної ціни продукції, собівартості, рівня комерційних витрат, можемо зробити наступні висновки:

- за рахунок зниження контрактних цін ефективність експорту збільшиться на 4,66%

- за рахунок зменшення собівартості продажів ефективність знизиться на 15,13%

-за рахунок зниження витрат на транспорт ефективність збільшиться на 4,87%.

Отже, підвищити ефективність експорту підприємство може за рахунок зниження контрактних цін та зниження витрат на транспорт.

Також можемо вважати доцільним освоєння нового ринку збуту, Польщі, для здійснення експорту. Таким чином, обсяг експорту може збільшитись на 123654 тис.грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксьонов, В.С. Экспортні кредитні агентства країн, що розвиваються в системі міжнародного торгового фінансування: нові тенденції [Електронний ресурс] / В. С. Аксьонов, А. А. Овчинников // - Електронні дані. – Режим доступу: http://economicarggu.ru/2012_1/aksenov.pdf (дата звернення 25.10.2016).
2. Бавдей А.Л. Учет экспортно-импортных операций: учебно-практическое пособие / А.Л. Бавдей, Т.Л. Кравченко. – Минск: Современная школа, 2008. – 272 с.
3. Балабанов І. Зовнішньоекономічні зв'язки: навч. посібник / І. Балабанов, А. Балабанов. – Харків: Фінанси та статистика, 1998. – 512 с.
4. Белэксимгарант [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. - [Мінськ : Белэксимгарант, 2001 - 2016].
5. Бойко Є. О. Экспортне кредитне агентство як складова державного управління у підвищенні експорту [Електронний ресурс] / О. Є. Бойко. – Електронні дані. – [Київ : Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2010]. - Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/old_jrn/ejournals/NacGosp/2010/Boyko_EO.pdf
6. Бондарева Т.І., Осадчук А.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. Економіка та управління підприємствами машинобудівельної галузі: проблеми теорії та практики. 2011. - №3(15). – С.91-104.
7. Вакульчик О.М., Дубицький Д.П. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник Академії митної служби України. Серія: Економіка. – 2012. – №2. – С.75-82.
8. Валлерстайн, І. Аналіз світових систем і ситуація в сучасному світі. Пер. з англ. / І. Валлерстайн, Ю. Карліцька. – Суми : Університетська книга, 2001. – 156 с.

9. Войтіхов, А. Д. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посібник / А.Д. Войтіхов. - Мінськ: Рівнодення, 2005. - 176 с.
10. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Підручник / О. П. Гребельник. – вид. 3-тє перероб та допов. – Центр навч. літ., 2008. – 432 с.
11. Галаган О.В. Особливості стратегічного управління експортною діяльністю підприємств АПК [Електронний ресурс]/О.В. Галаган // Економіка та держава. - 2012. - №8. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.in.ua/?n=8&y=2012>
12. Георгіаді Н. Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи і прикладні аспекти: навч.-метод. посіб. / Н. Г. Георгіаді. – Львів : Інтелект-Захід, 2006. – 260 с.
13. Гораль Л.Т., Шийко В.І. Удосконалення системи оцінювання ефективності використання експортного потенціалу газотранспортного підприємства. Економічний аналіз: збірник наукових праць кафедри економічного аналізу ТНЕУ . 2015. Т. 18. - №2. – С. 118-126
14. Глушенкова К.П., Формування експортної стратегії виробничого підприємства. Міжнародна економіка: збірник наукових праць статей студентів кафедри міжнародної економіки КНТЕУ. 2018. Т. 18. - №1. – С.172-176.
15. Гудзь О.Є. Методичні підходи щодо здійснення фінансової діагностики в агроформуваннях [Електронний ресурс] / О. Є. Гудзь // ННЦ „Інститут 100 аграрної економіки”. Електронні дані [Київ : УААН, 2015]. - Режим доступу: http://agrofin.com.ua/files/gudz_11.pdf
16. Дахно І.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. для студ. вузів /І.І. Дахно, В.М. Барановська, В.О.Главник ; [та ін.] ; за ред. І.І.Дахно. - Київ : Центр навч. Літ., 2016 . – 304с. – С. 26-41
17. Директива 2009/138/ЄС : станом на 25 листоп. 2009 р. / Європейський Парламент. – Офіційний вісник Європейського Союзу, 2009. – 155 с.

18. Дружиніна В.В., Різніченко Л.В. Прогнозування експортного потенціалу інновацій машинобудівельних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності. Актуальні проблеми економіки. 2010. №7(109). – С.246-252.
19. Душко В.В. Національна економіка: навч. посібник / В.В. Душко - [Електронний ресурс.] - Режим доступу: lubbook.org/book_469_glava_28_56,_M%D1%96zhnarodnekredituvannj.html
20. Developing an Export Strategy [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ausveg.com.au/app/uploads/2017/05/DevelopinganExportStrategy-VicGovernment.pdf>
21. Зовнішньоекономічні операції і контракти : навч. посіб. / кол. авт. В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як та ін. – Київ : 2004. – 608 с.
22. Міжнародні економічні відносини: навч. для вузів / Під. ред. В. Е. Рибалкіна, - 4-е изд., Перераб. і доп. - М.: Юніті-дана, 2012.- 647 с.
23. Морозова, Е. В. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник / Є. В. Морозова, І. В. Лотоцька; Харків: СЛІ, 2012. - 136 с.
24. Основи зовнішньоекономічної діяльності в Україні: навчальний посібник / під ред. С. В. Рязанцева. - Київ.: КНОРУС, 2016. - 196 с.
25. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / Київ. І. Дідківський. – Київ : Знання, 2006. – 462 с.
26. Марченко В.М. Стратегія експортної діяльності суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності/В.М. Марченко, Н.В. Лебедева//Економіка і суспільство. - 2017. - №13. - С.592-595.
27. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Ноулідж. – 2011. – с. 210.
28. Насадюк І.Б. Гравітаційна модель міжнародних економічних відносин України [Електронний ресурс] / І. Б. Насадюк // Вісник

соціально-економічних досліджень. – Електронні дані. - [Одеса : ОНЕУ, 2012]. — Режим доступу: http://vsed.oneu.edu.ua/files/full/1_44_2012/94-99.pdf

29. Огляд послуг з страхування експортних кредитів SINOSURE [Електронний ресурс]. – Електронні дані. — Режим доступу: www.carecprogram.org/uploads/events/2014/CFCFA-AnnualMeeting/Presentation-Materials/8-Sinosure-ru.pdf

30. Методика визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК [Електронний ресурс] - <http://studopedia.info/4-115373.html>

31. Питання розмежування повноважень в регулюванні зовнішньоекономічних зв'язків (досвід зарубіжних федерацій) / А. Гумільовський, В. Максимов, А. Шишков // Зовнішня торгівля. - 2009. - №2-3 - С.29-34.

32. Планування, організування та мотивування зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, А. О. Босак, Р. З. Дарміць. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2009. – 324 с.

33. Покровська, В. В. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. для бакалаврату і магістратури / 2-е вид., перераб. і доп. - Дніпро .: Юрайт, 2015.- 731 с.

34. Позднякова, В. Я. Економічний аналіз - Київ .: Инфра М, 2014. – 491.

35. Проектування логістичних систем: підручник і практикум для бакалаврату і магістратури / Ю. М. Неруш, С. А. Панов, А. Ю. Неруш. - Київ .: Юрайт, 2016. - 422 с.

36. Сисоєва, Г.Ф. Бухгалтерський облік, налогооблаження і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: підручник / Г.Ф. Сисоєва, І.П. Малецька. - Харків .: Юрайт, 2014. - 424 с.

37. Карачина П.П. Сутність поняття «стратегія зовнішньоекономічної діяльності» та особливості її формування/ Н.П. Карачина, Н.В. Зозуля. //Економічний простір. - .2016. - №110. – С.17-26
38. Кнобель, А. Ю. Євразійський економічний союз: перспективи розвитку та можливі перешкоди / Питання економіки. - 2015. - № 3. - С. 87 – 108
39. Страхування зовнішньоекономічних операцій. Навчальний посібник / А.С. Завербний, Н.Л. Іващук, Н.В. Завербна. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 160 с.
40. Рибалкін В. Є. Міжнародні економічні відносини: Підручник для вузів / Під ред. В. Є. Рибалкіна. - 6-е вид., перераб. і доп. - Москва: ЮНИТИДАНА, 2007. - 577 с.
41. Ситнік Т. Що вдалось Польщі і не вдалось Україні? [Електронний ресурс] / Т. Ситнік // Европейская правда. – Електронні дані. – [Київ, Европейская правда, 27.02.2015]. – Режим доступу: www.euointegration.com.ua/rus/articles/2015/02/27/7031364/
42. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / Під ред. А.І.Кредісова. - К.: Віра-Р “Альтерпрес”. - 2000. - 448 с.
43. Дахно І.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Дахно І.І. Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2006.– 304 с.
44. Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика / Сухарський В.С. Курс лекцій, - ТАНГ, Тернопіль.: “Астон”, - 2001. - 284 с.
45. Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління / Сухарський В.С. Навч. посіб. 2006. – 528 с.
46. Участь експортно-кредитних агентств в експортному фінансуванні [Електронний ресурс]. Електронні дані. – Режим доступу: mgimo.ru/files/238488/project_financing_7.pdf

47. Томпсон А., Формби Д. Экономика фирмы. Пер. с англ. – Київ.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998.
48. Управління зовнішньоекономічної діяльністю: Навч. посіб. / За заг. ред. А.І. Кредісова. – К.: ТОВ ВІРА – Р, 1998. – 448 с.
49. Холопов, К. В. Напрямки розвитку та регулятори вітчизняного ринку міжнародних і національних транспортно-експедиторських послуг / К.В. Холопов // Вісник транспорту. - 2013. - №7. - С. 25-30.
50. Храмов В. О. Зовнішньоекономічна політика: Навч. Посібник / В. О. Храмов, Ю. А. Бовтрук. — Київ: МАУП, 2002. — 264 с
51. Шагалов Г., Петраков Н. Про державну підтримку експорту [Електронний ресурс] / Н. Петраков, Г. Шагалов. – Електронні дані. - Режим доступу: www.ipr-ras.ru/articles/petr-sh06-1.pdf
52. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Зінь Е.А., Дука Н.С. Підр. / За ред. д.е.н., професора Е.А.Зіня Підручник -К.: Кондор, 2009 – 432с.
53. Пазуха М.Д. Зовнішньоекономічна діяльність. / Пазуха М.Д. Навчальний посібник рекомендований МОН України. – К.: ЦУЛ, 2008.– 230 с.
54. Ризики в підприємстві: Оцінювання та управління: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Шегда А.В., Голованенко М.В. — К., 2008. — 271 с.
55. Ризик-менеджмент. Старостіна А. О. Навчальний посібник – К.: Кондор, 2009 – 220с.
56. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. Рекомендовано МОН / Кіндрацька Г.І. — К., 2010. — 406 с.
57. Управління ризиками в інноваційній діяльності. Навчально-методичний посібник / О. Є. Кузьмін, Н. Ю. Подольчак, Н. І. Подольчак. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2009. – 176 с.
58. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера. Навчальний посібник. К.: Знання, 2005. - 442 с.

59. Чернега О.Б. Міжнародний менеджмент. / Чернега О.Б. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. – К.: ЦУЛ, 2006.– 592 с.

60. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент. / Юхименко П.І. – Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2011.– 488 с.

ДОДАТКИ

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
 Територія м. Харків
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Виробництво поліпропіленової тари
 Середня кількість працівників¹ 806
 Адреса, Харківська обл., пмт. Шевченково, вул. Піонерська 84 А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ	
	01
37352840	

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2013 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	23235	236512
первісна вартість	1011		
знос	1012		
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	489	495
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	31255	34765
Відстрочені податкові активи	1045	9145	9145
Інші необоротні активи	1090	2516	4365
Усього за розділом I	1095	64380	286282
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	78412	785362
Виробничі запаси	1101		
Товари	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	184521	187545
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160	2456	2856
Гроші та їх еквіваленти	1165	2569	31545

Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	1258	2138
Усього за розділом II	1195	269216	1009446
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	11236521	11015134
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На початок звітнього періоду
1	2	3	3
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	83829	83829
Капітал у дооцінках	1405	1031	1031
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	4191	4191
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	95486	97654
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	184537	186705
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	42561	43665
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	39548	43665
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	54869	58365
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	954662	974362
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635		
Поточні забезпечення	1660	44568	45433
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	258	978
Усього за розділом III	1695	1054357	1080417
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	11236521	11015134

Керівник Ісіченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом

виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
 Територія м. Харків
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Виробництво поліпропіленової тари
 Середня кількість працівників¹ 806
 Адреса, Харківська обл., пмт. Шевченково, вул. Піонерська 84 А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ	
	01
37352840	

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

--

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2014 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	236512	253274
первісна вартість	1011		
знос	1012		
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	495	401
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	34765	37865
Відстрочені податкові активи	1045	9145	9267
Інші необоротні активи	1090	4365	73001
Усього за розділом I	1095	286282	2773808
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	785362	768766
Виробничі запаси	1101		
Товари	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	187545	253445
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160	2856	65099
Гроші та їх еквіваленти	1165	31545	32456

Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	2138	2254
Усього за розділом II	1195	1009446	1122020
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	11015134	1824669
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	83829	83829
Капітал у дооцінках	1405	1031	1143
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	4191	491
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	97654	108757
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	186705	197920
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		325
Довгострокові кредити банків	1510	43665	67549
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	43665	67874
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	58365	41873
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	974362	1056385
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635		
Поточні забезпечення	1660	45433	43221
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	978	1255
Усього за розділом III	1695	1080417	1142734
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	11015134	1824663

Керівник Ісіченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
 Територія м. Харків
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Виробництво поліпропіленової тари
 Середня кількість працівників¹ 806
 Адреса, Харківська обл., пмт. Шевченково, вул. Піонерська 84 А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ	
	01
37352840	

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2015 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	253274	289718
первісна вартість	1011		
знос	1012		
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	401	494
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	37865	38465
Відстрочені податкові активи	1045	9267	9283
Інші необоротні активи	1090	73001	135009
Усього за розділом I	1095	2773808	772969
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	768766	749506
Виробничі запаси	1101		
Товари	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	253445	253456
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160	65099	1051
Гроші та їх еквіваленти	1165	32456	35392
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	2254	2381
Усього за розділом II	1195	1122020	1814755
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	1824669	1814755
Пасив	Код рядка	На кінець звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	4	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	83829	12043
Капітал у дооцінках	1405	1143	1031
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	4191	4191
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	108757	102509
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	197920	202572
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	325	
Довгострокові кредити банків	1510	67549	70922
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	67874	70922
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	41873	454096
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	1056385	1079779
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635		
Поточні забезпечення	1660	43221	15730
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1255	1195
Усього за розділом III	1695	1142734	18244294
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	1824663	1814755

Керівник Ісиченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
 Територія м. Харків
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Виробництво поліпропіленової тари
 Середня кількість працівників¹ 806
 Адреса, Харківська обл., пмт. Шевченково, вул. Піонерська 84 А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ	
	01
37352840	

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

--

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2016 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	289718	354462
первісна вартість	1011		
знос	1012		
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	494	401
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	38465	38466
Відстрочені податкові активи	1045	9283	8374
Інші необоротні активи	1090	135009	412571
Усього за розділом I	1095	772969	814237
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	749506	673679
Виробничі запаси	1101		
Товари	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	253456	191433
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		

у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160	1051	99251
Гроші та їх еквіваленти	1165	35392	43512
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	2381	2520
Усього за розділом II	1195	1814755	1019434
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	1814755	1365307
Пасив	Код рядка	На кінець звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	4	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	12043	83829
Капітал у дооцінках	1405	1031	
Додатковий капітал	1410		12043
Резервний капітал	1415	4191	4191
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	102509	110662
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	202572	210745
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		573
Довгострокові кредити банків	1510	70922	1021
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	70922	11594
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	454096	427153
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	1079779	11635043
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635		
Поточні забезпечення	1660	15730	18773
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1195	32539
Усього за розділом III	1695	18244294	1833670
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	1814755	1365307

Керівник Ісиченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
 Територія м. Харків
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Виробництво поліпропіленової тари
 Середня кількість працівників¹ 806
 Адреса, Харківська обл., пмт. Шевченко, вул. Піонерська 84 А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)		КОДИ	
			01
		37352840	
		за ЄДРПОУ	
		за КОАТУУ	
		за КОПФГ	
		за КВЕД	

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2017 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	354462	287378
первісна вартість	1011		
знос	1012		
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	401	321
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	38466	8896004
Відстрочені податкові активи	1045	8374	8374
Інші необоротні активи	1090	412571	511763
Усього за розділом I	1095	814237	9720975
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	673679	815137
Виробничі запаси	1101		
Товари	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	191433	433579
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		

з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160	99251	31600
Гроші та їх еквіваленти	1165	43512	13935
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	2520	2454
Усього за розділом II	1195	1019434	1307777
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	1365307	1264275
Пасив	Код рядка	На кінець звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	4	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	83829	83829
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	12043	12043
Резервний капітал	1415	4191	4191
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	110662	8977466
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	210745	9077530
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	573	4780
Довгострокові кредити банків	1510	1021	1021
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	11594	5801
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	427153	698785
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	11635043	1232716
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635		
Поточні забезпечення	1660	18773	13597
Доходи майбутніх періодів	1665		37
Інші поточні зобов'язання	1690	32539	266
Усього за розділом III	1695	1833670	1945422
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	1365307	1264275

Керівник Ісиченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики

Додаток Б

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

39622368		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2013 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2264938	21534451
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1967934	1254621
Валовий:			
прибуток	2090	286751	251352
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	435734	365846
Адміністративні витрати	2130	100734	452651
Витрати на збут	2150	954981	586426
Інші операційні витрати	2180	265145	245612
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190		
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	12205	11253
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	240	182
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	8965	7859
збиток	2355		

Керівник Ісиченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

39622368		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2014 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2375023	2264938
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2091974	1967934
Валовий:			
прибуток	2090	283049	286751
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	399313	435734
Адміністративні витрати	2130	101303	100734
Витрати на збут	2150	97185	954981
Інші операційні витрати	2180	416560	265145
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190		
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	12620	12205
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	367	240
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	9956	8965
збиток	2355		

Керівник Ісиченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

39622368		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2015 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2650452	2375023
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2392317	2091974
Валовий:		285135	
прибуток	2090		283049
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	27269	399313
Адміністративні витрати	2130	108712	101303
Витрати на збут	2150	94751	97185
Інші операційні витрати	2180	35648	416560
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190		
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	11762	12620
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	367	367
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	10525	9956

збиток	2355		
--------	------	--	--

Керівник Ісіченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

39622368		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2016 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2888323	2650452
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2566501	2392317
Валовий:		321731	285135
прибуток	2090		
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	182454	27269
Адміністративні витрати	2130	117509	108712
Витрати на збут	2150	117391	94751
Інші операційні витрати	2180	183039	35648
Фінансовий результат від операційної діяльності:		2888323	
прибуток	2190		
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	19532	11762
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	573	367
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:	2350		

прибуток		8172	10525
збиток	2355		

Керівник Ісиченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.

Підприємство ТОВ «Глобал Інвест Системс»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

39622368		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2017 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2862902	2888323
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2482739	2566501)
Валовий:		380163	321731
прибуток	2090		
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	896721	182454
Адміністративні витрати	2130	126058	117509
Витрати на збут	2150	121212	117391
Інші операційні витрати	2180	130866	183039
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190		
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	8875905	19532
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	4207	573

Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	8866786	8172
збиток	2355		

Керівник Ісіченко А.В.

Головний бухгалтер Зеленохатова Н.В.