

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

„Міжнародна економічна діяльність підприємства малого бізнесу”

(на матеріалах ТОВ «Гейзер» м. Київ)

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

Конько Володимир
Іванович

*підпис
студента*

Науковий керівник,
Кандидат економічних наук ,
Старший викладач

Слоква Марина
Григорівна

*підпис
керівника*

Гарант освітньої програми,
Кандидат економічних наук ,
професор

Кудирко Людмила
Петрівна

*підпис
керівника*

Київ 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО	
БІЗНЕСУ	
1.1. Поняття міжнародної економічної діяльності	7
1.2. Чинники розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.....	14
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу	23
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
ТОВ «ГЕЙЗЕР»	
2.1. Сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу	36
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Гейзер».....	45
2.3. Аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» та оцінка її ефективності.....	59
Висновки до розділу 2.....	76
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ	
ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГЕЙЗЕР».....	
3.1. Визначення впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».....	77
3.2. Заходи по удосконаленню міжнародної економічної діяльності.....	87
3.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».....	95
Висновки до розділу 3.....	103
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	109
ДОДАТКИ.....	122

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасний етап розвитку світового ринку характеризується високою конкурентністю, перш за все в бізнесі. Глобалізація представляється системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, всіх сфер людської діяльності, в результаті чого спостерігається прискорене економічне зростання, прискорення впровадження сучасних технологій і методів управління. Підвищення взаємозалежності національних економік, активізація інтеграційних процесів ведуть до об'єктивної необхідності використання глобального підходу до ведення бізнесу. У цих умовах міжнародні зв'язки стають усе більш помітними в складовій частині господарської діяльності підприємств і організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому і науково-технічному співробітництві з партнерами із зарубіжних країн. Сфера господарської діяльності підприємства, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок визначає його міжнародна економічна діяльність.

Подальше загострення конкурентної боротьби на світових ринках, ускладнення і диверсифікованість як технологічних, так і організаційних моделей виробництва, інформаційна насиченість і комунікативність міжнародної діяльності тісно пов'язана з цілями і методикою використання економічних інструментів. Так, на підставі маркетингових рішень здійснюється вибір перспективних сфер і видів діяльності підприємства, пошук найбільш вигідних для підприємства способів і умов задоволення потреб внутрішньо-державного та міжнародного ринків, виходячи з наявного внутрішнього потенціалу.

Реалізація цілей міжнародної діяльності в умовах глобалізації передбачає стратегічний рівень управління діяльністю, що включає, в тому числі рішення, пов'язані з визначенням можливостей і форм виходу на зарубіжні ринки, вибору

цільових сегментів, способу проникнення на них, обізнаності з вимогами замовника інших країн і т.д.

Вивчення і узагальнення теоретичних і методичних основ міжнародної економічної діяльності на основі міжнародного маркетингу представляється важливою науковою і практичною проблемою для українських підприємств-учасників ЗЕД, і свідчить про високу актуальність обраної проблематики дослідження.

Закономірності розвитку міжнародної економіки та проблеми управління міжнародною діяльністю досліджувалися у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, таких як Г. Азоєв, О. Білорус, І. Бураковський, В. Вергун, О. Гребельник, М. Дудченко, В. Іноземцев, О. Каніщенко, О.Кириченко, А.Кредисов, Ю.Макогон, М.Портер, А.Філіпенко та ін. Питання стратегічного управління підприємствами розглядалися у роботах І.Ансоффа, П.Друкера, Р.Фатхутдінова, А.Чендлера та ін.

Проблемам вивчення зарубіжного досвіду організації та розвитку малого бізнесу приділили увагу такі учені як А.І. Амоша, А.С. Булатов, З.С. Варналій, В. Горфинкель, Е. Долан, П. Друкер, А. Лаффер, А. Маршал, Л. А. Сорокіна, Дж. Стігліц, Б. М. Широков та ін.

Однак, процеси, пов'язані із становленням та виходом на зовнішні ринки комерціалізованих суб'єктів господарювання, висувають перед економічною наукою та практикою господарювання нові завдання. Еволюційний розвиток зовнішньо економічної діяльності підприємств обумовлює необхідність вдосконалення на науковій основі організаційно-економічного механізму зовнішньо економічної діяльності підприємства.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на планування і розвиток міжнародної економічної діяльності вітчизняних малих підприємств

Реалізація поставленої мети обумовила вирішення таких завдань:

- розглянути поняття міжнародної економічної діяльності;
- дослідити чинники розвитку міжнародної економічної діяльності;

- розглянути методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності;
- дослідити сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства малого бізнесу;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «Гейзер»;
- провести аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» та оцінка її ефективності;
- виявити вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»;
- запропонувати основні заходи по удосконаленню міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».
- виконати прогнозу оцінку ефективності запропонованих заходів щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».

Об'єктом дослідження є процес здійснення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти здійснення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Теоретико-методологічна основа дослідження. Випускна кваліфікаційна робота ґрунтується на дослідженнях різних теоретичних шкіл і напрямків, представлених в роботах провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в області планування міжнародної діяльності економічних суб'єктів, логіки та етапів стратегічного управління цим процесом на підприємстві, підходів до формування міжнародної маркетингової стратегії. Обґрунтування положень і висновків дослідження проведено на основі критичного осмислення наукових положень з теорії стратегічного планування міжнародної економічної діяльності підприємства, методів системно-функціонального, порівняльного аналізу, а також методів наукової абстракції, індукції та дедукції, економіко-статистичних методів збору і обробки інформації.

Інформаційно-емпіричну базу випускної кваліфікаційної роботи склали: статистичні дані нормативно-правові акти органів законодавчої і виконавчої

влади, результати досліджень українських і зарубіжних економістів, представлених в публікаціях та мережі Інтернет.

Наукова новизна результатів дослідження в цілому полягає в розробці перспективних напрямків розвитку підприємства малого бізнесу у процесі здійснення міжнародної економічної діяльності.

Теоретична і практична значимість роботи. Теоретична значимість дослідження визначається актуальністю поставлених завдань і їх відповідність потребам розширення міжнародної діяльності українських підприємств малого бізнесу. Ряд положень дипломної роботи можуть послужити теоретичною базою для подальших досліджень проблем розвитку малого підприємництва у процесі здійснення міжнародної економічної діяльності.

Положення дослідження можуть надати практичну допомогу при розробці науково-обґрунтованих підходів з метою підвищення ефективності міжнародної діяльності вітчизняних підприємств малого бізнесу на міжнародних ринках.

Структура і обсяг роботи зумовлені логікою дослідження і послідовно розкривають зазначені цілі і завдання дослідження. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, що містить 128 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 140 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО БІЗНЕСУ

1.1. Поняття та види міжнародної економічної діяльності

У науковій літературі поняття міжнародної економічної діяльності визначається неоднозначно. Різноманітний його зміст знайшов відображення в структурі, функціях і практичній діяльності відповідних органів державного управління, спеціалізованих зовнішньоекономічних організацій, галузевих виробничих об'єднань і підприємств.

С.В. Бестужева визначає міжнародну економічну діяльність як «дії адміністративно-територіальних одиниць, організацій зі статусом юридичної особи та фізичних осіб, спрямовані на встановлення, зміну цін і припинення прав і обов'язків у рамках міжнародних міждержавних і міжнародних неміждержавних економічних відносин, що мають у своїй основі майновий і (або) немайновий інтерес» [7, с. 48].

В.Ф. Володько трактує поняття міжнародна економічна діяльність як «ділові взаємодії фірм з різних країн, спрямовані на отримання прибутку з переваг міжнаціональних економічних операцій» [17, с. 48].

Згідно з визначенням Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінова та ін. [52, с. 32], «міжнародна економічна діяльність – це комерційна діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язана з їх участю в міжнародних економічних відносинах». Автори також відзначають, що як економічна категорія, зовнішньоекономічна діяльність являє собою «систему міжнародних економічних відносин, які охоплюють всі сфери економічного життя держави, і, перш за все, його виробничу, торговельну, інвестиційну та фінансову діяльність». Науковці роблять висновок, що міжнародна економічна діяльність реалізується на рівні як державних органів влади і управління, так і господарських організацій. У першому випадку ця діяльність спрямована на встановлення міждержавних форм співпраці, створення правових і торгово-

політичних механізмів, що стимулюють розвиток і підвищення ефективності економічних зв'язків, у другому випадку спрямована на укладення та виконання контрактів та інших договорів у межах цивільного права.

С.Є. Хрупович визначає міжнародну економічну діяльність як «сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і комерційних функцій фірм і підприємств» [109, с. 49].

Н.М. Тюріна описує зовнішньоекономічну діяльність як «сферу приватноправових відносин з іноземним елементом, але при цьому не виключає державу зі складу її учасників, відводячи їй роль «особливого суб'єкта» [100, с. 38].

Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Є.Б. Стародубцева стверджують, що «міжнародна економічна діяльність – одна зі сфер економічної діяльності держави, підприємств, фірм, тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом і імпортом товарів, іноземними кредитами і інвестиціями, здійсненням спільних з іншими країнами проектів» [87, с. 112].

В.Г. Герасимчук під міжнародною економічною діяльністю розуміє «сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних теренів уможливлення зовнішньоекономічних зв'язків, що включають торгівлю, спільне підприємництво, надання різного роду послуг та інші види міжнародного співробітництва» [23 с. 49].

О.П. Гребельник трактує міжнародну економічну діяльність як «відносини економічного характеру, що складаються між суб'єктами господарювання – фізичними та/або юридичними особами» [25, с. 65].

М.Д. Пазуха має на увазі під міжнародною економічною діяльністю «...сукупність зовнішньоторговельних, валютно-фінансових, виробничих, науково-технічних, інвестиційних, міграційних відносин, здійснюваних господарюючими суб'єктами в процесі реалізації зовнішньоекономічних зв'язків даної держави на основі господарської та фінансової самостійності і самоокупності і з урахуванням власних валютно-фінансових і матеріально-технічних можливостей» [79, с. 71].

Узагальнивши існуючі визначення поняття «міжнародна економічна діяльність», вважаємо за доцільне запропонувати таке його трактування.

Міжнародна економічна діяльність – це заснована на критеріях підприємницької активності складна, комплексна і високоризикова діяльність господарюючих суб'єктів в області зовнішньоторговельних, інвестиційних, науково-технічних, коопераційних, валютно-фінансових відносин, що здійснюється за рамками країни базування і супроводжувана численними вигодами і перевагами, які діють в міжнародному середовищі.

Стратегічною метою міжнародної економічної діяльності є максимізація вигоди (доходу, прибутку) в процесі здійснення різних міжнародних угод.

Тактичною метою міжнародної економічної діяльності є реалізація стратегічної установки у відносинах з кожним конкретним контрагентом по кожному приводу в конкретних умовах здійснення термінів і предмету угоди.

Основними учасниками міжнародної економічної діяльності є державні, виробничо-комерційні і громадські структури.

Суб'єктами міжнародної економічної діяльності виступають всі учасники виробничих відносин, у першу чергу, безпосередні виробники та їх промислові та комерційні угруповання. Іншими словами, юридичні та фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю відповідно до чинного законодавства даної країни. Щодо зовнішньоекономічної діяльності, то згідно із законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» під відповідною діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зовнішньоекономічна діяльність трактується як «підприємництво в області зовнішньоторговельної діяльності, включаючи міжнародний обмін товарами та послугами». [36]

А.Р. Дунська визначає зовнішньоекономічну діяльність (міжнародний бізнес) як «економічну (підприємницьку) діяльність міжнародної компанії, засновану на перевагах міжнародного поділу праці та процесах

інтернаціоналізації виробництва і капіталу з метою максимізації прибутку». [32, с. 52].

Приблизними за своєю сутністю визначення ЗЕД подають А.О. Босака, О.Ю. Григор'єва, Р.Д. Бали, які підкреслюють, що ЗЕД – це область діяльності, яка полягає у виробництві товарів та послуг, що призначені для реалізації у сфері міжнародного обміну завдяки проведенню експортних та імпорتنих операцій, а також у різних формах міжнародного обміну капіталом, трудовими ресурсами та об'єктами інтелектуальної власності [53, с.335].

Види зовнішньоекономічної діяльності: [36]

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами ЗЕД України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання вищезазначених послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам ЗЕД України;
 - наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
 - міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
 - кредитні та розрахункові операції між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створенні суб'єктами ЗЕД банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених законами України;
 - спільна підприємницька діяльність між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності, о включає створення спільних

підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;

- підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів ЗЕД за межами України;
- організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів ЗЕД; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібною торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;
- товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- орендні, в тому числі лізингові, операції міжсуб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;
- роботи на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; роботи іноземних фізичних осіб на контрактній оплатній основі з суб'єктами ЗЕД як на території України, так і за її межами;
- інші види ЗЕД, не заборонені прямо і у виключній формі законами України [36].

Можливі форми зовнішньоекономічної діяльності та їх характеристика представлені в Додатку А.

Розвиток міжнародної економічної діяльності у світовому масштабі спрямований на вирішення таких завдань:

- поглиблення міжнародного поділу праці;

- економію суспільної праці в країнах, що активно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність;
- інтенсивний і раціональний обмін результатами праці;
- подальше зміцнення економічних, політичних, наукових, технічних, культурних та інших зв'язків;
- збільшення числа країн світу, що формують ринкову економіку;
- успішне функціонування міжнародних корпорацій.

З поняттям «міжнародна економічна діяльність» тісно пов'язане поняття «зовнішньоекономічні зв'язки». Деякі експерти в галузі зовнішньоекономічної діяльності ототожнюють ці два поняття, інші, навпаки, протиставляють одне одному.

Е.А.Зінь трактує поняття «зовнішньоекономічні зв'язки» як «...сукупність усіх відносин, пов'язаних з участю даної країни в міжнародних економічних відносинах. Зовнішньоекономічні зв'язки реалізуються за допомогою здійснення зовнішньоекономічної діяльності» [39, с. 43].

Л.В. Коваль та В.О. Гончар визначають зовнішньоекономічні зв'язки як «міжнародні господарські, торговельні, політичні відносини, що включають обмін товарами, різні форми економічного сприяння, науково-технічного співробітництва, спеціалізацію, кооперацію виробництва, надання послуг та передбачають утворення спільного підприємства» [51, с. 55].

На думку С.В. Косенко зовнішньоекономічна діяльність являє собою процес реалізації зовнішньоекономічних зв'язків, а зовнішньоекономічні зв'язки автор визначає як «...міжнародні, господарські, торговельні, політичні відносини, що включають обмін товарами, різні форми економічного сприяння, науково-технічного співробітництва, спеціалізацію, кооперацію виробництва, надання послуг і ухвалили спільне підприємство». Згідно з визначенням Рибалкіна В.С., «...зовнішньоекономічна діяльність зводиться не до сукупності способів, а самого процесу реалізації зовнішньоекономічних зв'язків. Таким чином, зовнішньоекономічні зв'язки – це способи здійснення діяльності на

зовнішніх ринках, а зовнішньоекономічна діяльність – практична реалізація цих способів» [55].

С.Л. Сорокін під зовнішньоекономічними зв'язками розуміє «...форми господарських торговельних та інших економічних міждержавних відносин, а також деяких відносин політичного і науково-технічного характеру на міждержавному рівні в їх сукупності і різноманітті». Відмінність зовнішньоекономічної діяльності від зовнішньоекономічних зв'язків автор бачить у тому, що зовнішньоекономічна діяльність, на відміну, від зовнішньоекономічних зв'язків, здійснюється не на міждержавному рівні, а на рівні окремих господарюючих суб'єктів [97, с. 42].

Згідно з трактуванням більшості авторів, відмінність зовнішньоекономічних зв'язків від зовнішньоекономічної діяльності полягає в тому, що зовнішньоекономічні зв'язки відносяться до рівня макроекономічного (міждержавного) регулювання, а зовнішньоекономічна діяльність – до мікрорівня, тобто до рівня фірм і підприємств. Таким чином, функції зовнішньоекономічних зв'язків спрямовані на забезпечення експортних поставок для державних потреб і міждержавних економічних відносин.

Реалізуються зовнішньоекономічні зв'язки «зверху вниз»: обсяги і перелік номенклатури товарів і послуг визначаються на урядовому рівні. Вони реалізуються через систему держзамовлення і за рахунок лімітів з централізованим забезпеченням матеріальними і валютними ресурсами, у той час як зовнішньоекономічна діяльність передбачає визначення обсягу та переліку номенклатури товарів і послуг на рівні фірм (фірми самостійно визначають обсяг і номенклатуру товарів і послуг). Зовнішньоекономічна діяльність на відміну від зовнішньоекономічних зв'язків здійснюється на рівні виробничих структур (фірм, організацій, підприємств і т. д.) з повною самостійністю у виборі іноземного партнера, номенклатури товару для експортно-імпортової угоди, у визначенні ціни і вартості контракту, обсягів і термінів поставки та є частиною їх виробничо-комерційної діяльності як з внутрішніми, так і з закордонними партнерами.

Таким чином, можемо зробити висновок, що більшість авторів бачить відмінності між міжнародною економічною діяльністю та зовнішньоекономічними зв'язками в ролі державних структур. На думку дослідників, держава виключається зі складу учасників зовнішньоекономічної діяльності, однак, відносини, що складаються в процесі зовнішньоекономічної діяльності, регулюються, в першу чергу, на міждержавному рівні. У цьому випадку виникає протиріччя в можливому складі учасників зовнішньоекономічної діяльності.

Отже, відмінність міжнародної економічної діяльності від зовнішньоекономічних зв'язків полягає у наступному:

- зовнішньоекономічні зв'язки – це можливі форми здійснення діяльності на зарубіжних ринках;
- зовнішньоекономічна діяльність – практична реалізація форм зовнішньоекономічних зв'язків.

1.2. Чинники розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу

Існує безліч факторів, які спонукають підприємства розробляти міжнародний варіант стратегічного розвитку. Порівняльна характеристика основних рис національної діяльності підприємства і діяльності, здійснюваної за національними кордонами, представлена у таб. 1.1.

Так, відомий американський вчений в галузі менеджменту Д.П. Коттер [34, с. 71] виділив дві групи чинників, які визначають, наскільки привабливим для підприємства є вихід на зовнішній ринок: чинники виштовхування і чинники втягування. Перша група чинників – чинники виштовхування – породжуються недоліком можливостей для розвитку бізнесу на місцевому ринку, наприклад, у зв'язку з низькими цінами на продукцію або обмеженнями з боку уряду. Друга група чинників – чинники втягування – виникають при існуванні за кордоном кращих умов для розвитку бізнесу, які можуть забезпечити підприємству конкурентні переваги.

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика основних рис національної і міжнародної діяльності підприємства

Робота на внутрішньому ринку	Робота на зовнішньому ринку
1. Мета – отримання прибутку за допомогою використання конкурентних переваг в рамках однієї країни і її ринків	1. Мета – отримання прибутку за допомогою використання можливостей різних країн і регіонів
2. Розширення ринків, використання перспективних ресурсів, використання законодавчих, політичних, соціальних можливостей всередині країни	2. Розширення ринків, отримання перспективних ресурсів (в глобальному масштабі), використання законодавчих, політичних, соціальних, культурних можливостей у різних країнах, а також з використанням міждержавної взаємодії
3. Обсяг, зростання і складність бізнесу варіюються в залежності від охоплення ними різних етапів системи «НДДКР – виробництва – продажу – сервісу» і від диверсифікації бізнесу всередині країни	3. Обсяг, зростання і складність міжнародного бізнесу варіюються в залежності від числа країн перебування, глибини залучення кожної країни в систему «НДДКР – виробництва – продажу – сервіс» фірми
4. Діяльність здійснюється у внутрішньодержавному (мононаціональному) культурному середовищі, і національна культурна складова не відіграє визначальну роль в бізнесі	4. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності передбачає роботу в різних культурних середовищах, і її ефективність в більшій чи меншій мірі залежить від національної культурної складовою
5. Здійснюючи діяльність на національному ринку, можливості підприємства обмежені країною базування	5. Здійснюючи діяльність на міжнародному ринку, підприємство має можливість використовувати переваги, які існують поза країною базування
6. Організація діє в умовах досить певного зовнішнього середовища	7. Організація, орієнтована на зовнішній ринок, діє в умовах високо турбулентного зовнішнього середовища, що характеризується посилюючими процесами глобалізації світової економіки
7. Невисокий рівень ризику	7. Високоризикова діяльність
8. Конкуренція в рамках національних кордонів	8. Конкуренція в глобальному масштабі, що набуває характер гіперконкуренції

Відповідні чинники у рамках зазначених груп представлені у у таб. 1.2.

Класифікація визначальних чинників при ухваленні рішення при здійсненні діяльності на зовнішньому ринку

Фактори виштовхування	Фактори втягування
<p>Високі витрати на заробітну плату, сировину, транспорт, високі податкові виплати на внутрішньому ринку</p> <p>Падіння попиту на товар усередині країни</p> <p>Неможливість збільшення цін на продукцію у зв'язку з низькою платоспроможністю населення на внутрішньому ринку</p> <p>Залежність від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку</p> <p>Несприятливе законодавство</p> <p>Висока конкуренція на внутрішньому ринку</p>	<p>Потреба в розширенні ринків збуту, внаслідок чого - більш високий прибуток</p> <p>Стабілізація доходів при роботі на декількох ринках</p> <p>Можливість продовження життєвого циклу товару</p> <p>Глобалізація ринків</p> <p>Компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах</p> <p>Можливість технічного переозброєння виробництва за допомогою прямої закупівлі сучасного обладнання, технологій, ліцензій і ноу-хау</p> <p>Розширення обсягів і диференціація форм фінансування виробництва і НДДКР: створення стратегічних альянсів, залучення іноземних кредитів і т.п.</p> <p>Використання різного роду ресурсів, недоступних на національному ринку</p> <p>Можливість використання відмінностей між країнами і географічними регіонами:</p> <p>Відмінності в культурі</p> <p>Адміністративні відмінності, що дозволяють фірмам скористатися, наприклад, більш вигідними умовами оподаткування</p> <p>Більш пільговий інвестиційний режим для зовнішньоекономічної діяльності на зовнішньому ринку</p> <p>Можливість підвищити свої корпоративні знання за допомогою виходу на закордонні ринки, стратегічно важливі як джерело галузевих інновацій</p> <p>Можливість отримання досвіду міжнародного менеджменту</p> <p>Можливість розосередження підприємницького ризику між внутрішнім і зовнішнім ринком</p> <p>Можливість міжнародної диверсифікації, що дозволяє фірмам, які розширюють свій ринок, отримувати економію за рахунок масштабу (на ринках з однорідними в декількох країнах споживчими смаками і потребами)</p> <p>Можливість зворотної оцінки країнової ситуації: негативні тенденції в економіці країни (або окремої її галузі) можуть відкрити підприємству додаткові можливості бізнесу</p> <p>Можливість підвищення престижу фірми, яка стала міжнародною</p>

Джерело: складено автором

У той же час слід враховувати й інші чинники, які протидіють прийняттю рішення про необхідність виходу на зовнішній ринок. Такі чинники визначають

ризика, що виникають при здійсненні міжнародної економічної діяльності (табл. 1.3).

Всі ці та подібні аргументи «за» і «проти» повинні прийматися підприємством до уваги при виході на міжнародний рівень. Прийняте позитивне рішення повинно ґрунтуватися на тому, що вихід на зовнішній ринок несе для компанії нові перспективи, які перебивають всі реальні витрати і ризики по їх реалізації.

Таблиця 1.3

Ризики при здійсненні міжнародної економічної діяльності

Фактор-ризик	Можливі наслідки для діяльності підприємства на зовнішньому ринку
Складність пристосування продукції до вимог закордонного ринку	Пристосування може виявитися вельми дорогим і нерентабельним (наприклад, у зв'язку з перенасиченістю ринку)
Нестабільність політичної і загальної економічної ситуації на цільовому ринку	Прибуток може виявитися не таким високим, як передбачалося при прийнятті рішення про здійснення діяльності на зовнішньому ринку
Жорстка конкурентна боротьба на цільовому ринку	Розширення меж призводить до гіперконкурентної ситуації на зовнішньому ринку. Численна кількість великих гравців на ринку може утруднити розвиток конкурентних переваг підприємства
Жорсткість вимог щодо іноземних учасників на обраному країнному ринку	Від ступеня складності введених протекціоністських заходів залежить величина прибутку підприємства та подальша доцільність присутності на тому чи іншому країнному ринку
Невідповідність мотиваційним стимулам співробітників підприємства	Невірно обраний внутрішній стиль управління може привести до меншої активності співробітників при виконанні поставлених завдань, що, безумовно, вплине на успішне функціонування підприємства на зовнішньому ринку
Нерозуміння культурних особливостей цільової країни	Незнання традицій, звичаїв суспільства цільової країни може ускладнювати проведення різних ділових переговорів і прийняття адекватних стратегічних рішень щодо здійснюваної діяльності на зовнішньому ринку
Складність доступу до глобальної мережі ресурсів	Відсутність необхідних зв'язків з постачальниками ресурсів може привести до випуску неконкурентоспроможної продукції і, тим самим, слабкої позиції підприємства на зовнішньому ринку

Джерело: складено автором на основі [58, 60, 74]

Перша група організаційних форм входу на зовнішні ринки включає в себе практично всі форми, які використовуються на початкових рівнях

транснаціоналізації бізнесу. Вони характеризуються незначним ризиком здійснення міжнародних комерційних операцій, але у той же час і рівень контролю за результатами зовнішньоекономічної діяльності невисокий.

Друга група включає в себе форми, які використовуються при високому ступені транснаціоналізації бізнесу.

Організаційні форми виходу на зарубіжні ринки поділяються на дві групи (рис. 1.1).

Треба зазначити, що вибір форми входу на зарубіжний ринок залежать від типу підприємства, що виходить на цільовий ринок, і, як наслідок, від його можливостей вибрати ту чи іншу форму, яка визначається з досвіду здійснення діяльності на зовнішніх ринках. І ця форма залежить від того яку продукцію пропонує дбуть-яке підприємство на зовнішніх ринках.

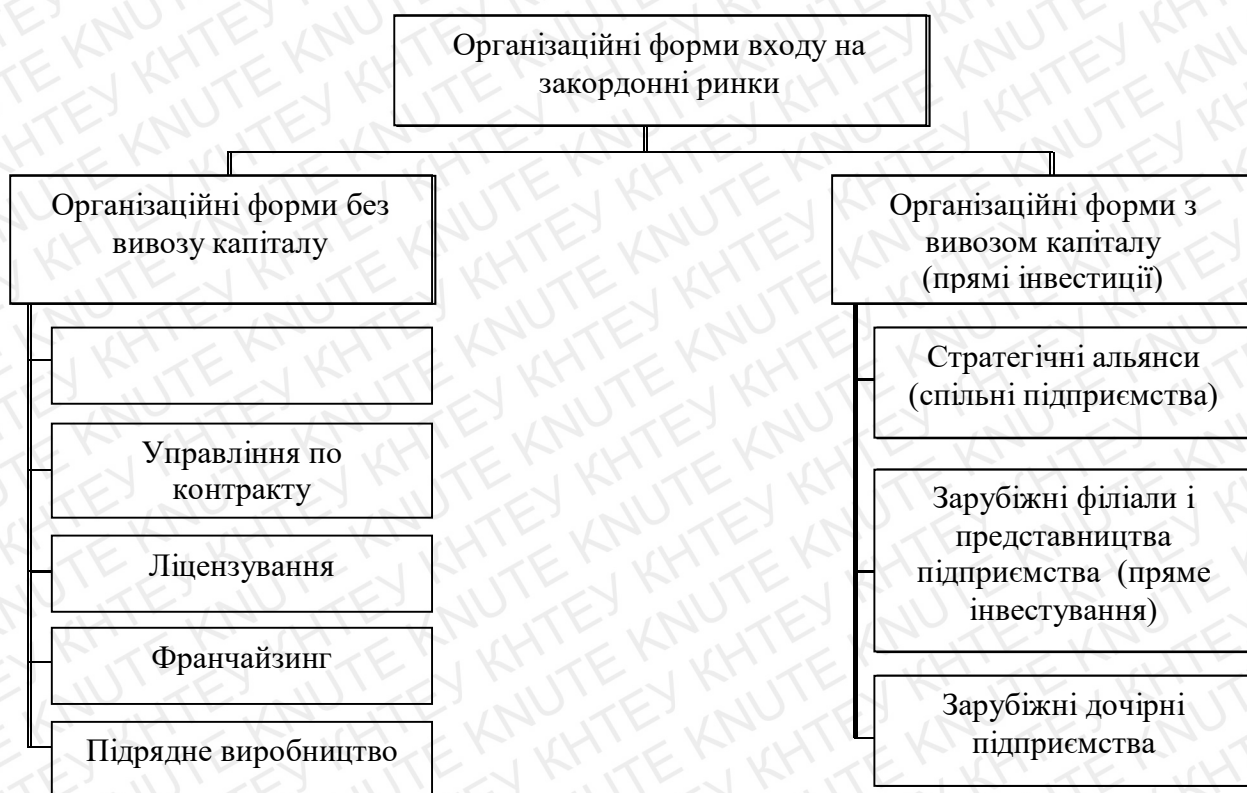


Рис. 1.1. Класифікація форм виходу підприємства на зарубіжні ринки [40, с. 31]

Класифікація підприємств, які планують здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, показана на рис. 1.2.

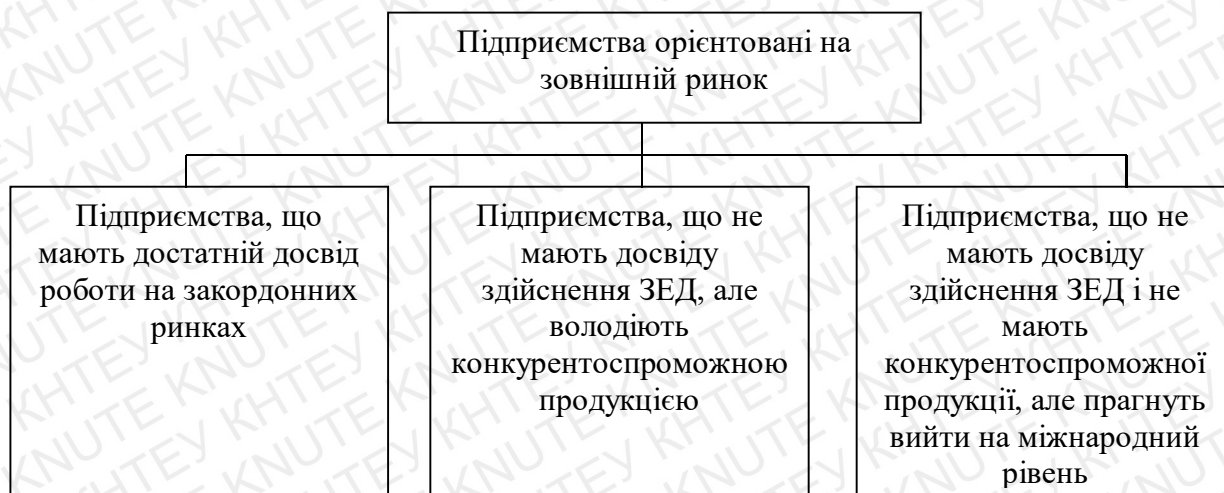


Рис. 1.2. Класифікація підприємств, що виходять на світовий ринок [93, с. 48]

Форми використовуються на етапі пошуку надійних партнерів. Вони є досить гнучкими, так як, якщо компанія не задоволена своїми партнерами, вона може змінити їх в будь-який момент.

Незважаючи на те, що форми пов'язані з більш високим рівнем ризику, у даному випадку підприємство отримує більший контроль за результатами своєї діяльності, прибутковість цих міжнародних комерційних операцій значно вища: передбачається участь в прибутку або новоствореного підприємства.

У Додатку Д відзначені переваги і недоліки різних форм здійснення міжнародної діяльності.

У результаті інтернаціоналізації (виходу за межі національних кордонів) підприємство виявляється на новій і часто невідомій території.

Менеджерам доводиться вивчати нові способи ведення бізнесу, а також адаптувати і модифікувати управлінську практику, яку вони використовували на вітчизняному ринку. Тому інтернаціоналізацію розглядають як послідовний процес, за допомогою якого підприємства поступово освоюють нові ринки, акумулюють знання і нарощують свої можливості.

Поетапне міжнародне розширення означає, що спочатку підприємства використовують спеціальні режими виходу на нові ринки, завдяки чому набувають додаткові знання і зменшують ризик для своїх активів. Коли

прийнято первинне рішення про вихід на ринок, підприємство поступово розширює свою присутність на ньому. У даному контексті треба зазначити, що, як правило, в процесі глобалізації компанія проходить через ряд етапів (табл. 1.4).

На внутрішньому етапі ринковий потенціал обмежується країною походження підприємства, маркетинг ведеться в межах його внутрішнього ринку. Однак менеджерам відомо про переваги операцій в глобальному середовищі і вони розглядають варіанти виходу на міжнародний ринок.

Таблиця 1.4

Чотири етапи глобалізації [22, с. 63]

Фактор \ Етап	Внутрішній	Міжнародний	Багатонаціональний	Глобальний
Стратегічна орієнтація	Внутрішня	Експорт, мультирегіональні	Мультинаціональна	Глобальна
Стадія розвитку	Немає залученості в міжнародну діяльність	Конкурентне позиціонування, первісна залученість в міжнародну діяльність	Активне ведення міжнародних операцій	Глобалізація операцій
Культурологічна чутливість	Майже не важлива	Дуже важлива	Дуже важлива	Критично важлива

На міжнародному етапі зростає частка експорту підприємства і воно переходить до мультирегіональних стратегій, яка передбачає, що рівень конкуренції у кожній країні різний. Дизайн товару, маркетинг, реклама, технології й інші аспекти діяльності підприємства адаптуються до специфічних потреб кожної країни, вимагаючи високого рівня чутливості до місцевих культурних особливостей. Зазвичай компанії на цій стадії використовують міжнародні підрозділи для роботи з маркетингом товарів індивідуально в кожній країні.

На другій стадії менеджери намагаються вивести своє підприємство на міжнародний рівень, тобто відбувається міжнародна торгівля продукцією. Підприємство може прийняти рішення вийти на глобальний ринок за рахунок імпорту продуктів, тобто почавши продавати на своєму національному ринку

вироблену за кордоном продукцію. І експорт, і імпорт є незначними кроками до глобалізації бізнесу, які потребують мінімальних капіталовкладень і ризику. Більшість суб'єктів господарювання виходять на глобальний ринок саме цим способом. Друга стадія здійснення зовнішньоекономічної діяльності може бути також організована у формі управління за контрактом.

На третій стадії менеджери здійснюють великі капіталовкладення, починаючи виробляти продукти на зарубіжних фабриках і заводах, тобто здійснюючи діяльність у формі підрядного виробництва, окремий випадок якого – аутсорсинг. Закордонне підприємство приймає на себе зобов'язання виготовляти на власних виробничих потужностях продукцію, придбання якої гарантується вітчизняним підприємством довгостроковим договором. При використанні даної форми входу на зарубіжний ринок підприємства не вдаються до постійної фізичної присутності співробітників підприємства за кордоном. Замість цього такі підприємства зазвичай направляють своїх працівників у регулярні відрядження, під час яких вони зустрічаються з зарубіжними споживачами, або наймають закордонних агентів і брокерів, які представляють асортимент компанії за кордоном.

На мультинаціональній/глобальній стадії менеджери докладають значних зусиль для виходу їх підприємств на міжнародні ринки за допомогою методів ліцензування або франчайзингу, організації стратегічних альянсів або спільних підприємств, іноземних філій або повністю власних підприємств за кордоном (пряме інвестування).

На мультинаціональному етапі маркетингові та виробничі потужності підприємства розташовуються у різних країнах світу. Більше 30% обсягу продажів припадає на поставки в інші держави. Ці підприємства використовують підхід з позиції глобалізації, що означає, що вони концентруються на поширенні аналогічних товарів у багатьох країнах.

На глобальному етапі розвитку підприємство вже не прив'язане до жодної країни. Такі підприємства (найчастіше ТНК) працюють в глобальному масштабі, продаючи товари і закупаючи ресурси в країнах, які пропонують найбільш

вигідні умови. На цьому етапі власність, контроль і вище керівництво підприємства розподіляється по декількох країнах світу.

Так, управлінський персонал може скористатися методом ліцензування або франчайзингу, на право використання закордонними партнерами свого фірмового замовлення, технології або технічних характеристик продукції їх організацій, за що останні платять ліцензіарові певну частину свого прибутку, як правило, ґрунтуючись на обсягах продажів. Відмінності між ліцензуванням та франчайзингом полягають в тому, що: по-перше, ліцензування використовується в основному виробничими підприємствами, а франчайзинг – сервісними; по-друге, якщо ліцензіат, як правило, зберігає власну назву і систему виробництва, то франчайзі погоджується діяти під маркою і за правилами підприємства – франчайзера.

Стратегічними альянсами називають партнерські відносини між підприємством і зарубіжною компанією, в ході яких вони спільно використовують ресурси і досвід для розробки нових видів товарів і послуг або для створення нових виробничих потужностей з метою досягнення певних комерційних цілей, для отримання синергії об'єднаних і взаємодоповнюючих стратегічних ресурсів підприємства. Крім цього, партнери спільно несуть ризик за діяльність альянсу.

Існує також специфічний тип стратегічного альянсу, при якому партнери заради певних ділових цілей створюють нове окреме, незалежне підприємство – спільне підприємство. Такі партнерства являють собою швидкий і менш дорогий спосіб, що дозволяє підприємствам більш успішно конкурувати на світовому ринку, ніж якби вони робили це в поодиночку.

Ще однією формою прямих інвестицій є створення закордонної філії, повністю підконтрольної прагнучого вийти на міжнародний ринок підприємства – окреме і незалежне виробниче підприємство або офіс, але без права юридичної особи.

Найбільш ризикована і витратна форма прямих інвестицій – створення нового підприємства (зарубіжного дочірнього підприємства), що належить

головному підприємству (у тому числі і на 100%) і зареєстрованого як юридична особа за законодавством приймаючої країни.

Пряме інвестування – найбільш повна форма залучення до діяльності на зарубіжному ринку – це використання капіталу для створення за кордоном власних складальних або виробничих підприємств. У міру накопичення підприємством досвіду експортної роботи і при достатньо великому обсязі зарубіжного ринку, виробничі підприємства за кордоном обіцяють йому істотні вигоди.

На відміну від такої поступової інтернаціоналізації, яку вибирають багато великих підприємств, деякі малі підприємства на ранніх стадіях свого розвитку виходять на закордонні ринки швидко, використовуючи для декількох різних країн різні режими. Їм доводиться у цьому випадку одночасно управляти процесом інтернаціоналізації і розвивати стратегію і інфраструктуру, проте часто їм не вистачає необхідних для цього знань і досвіду.

Погоджуючись з думками вчених у галузі стратегічного управління підприємствами, орієнтованими на зовнішній ринок, можна зробити висновок, що процес їх виходу на міжнародні ринки слід розглядати як процес поступового розвитку. Відмінності між добре відомим, навіть іноді, безпечним внутрішнім ринком і далеким і ризикованим зарубіжним ринком здаються настільки великими, що багатьом фірмам краще поступово їх долати.

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності підприємства малого бізнесу

В умовах глобалізації економічних процесів та динамічного конкурентного середовища успішний розвиток зовнішньоторгової діяльності вітчизняних підприємств багато у чому визначається рішенням завдань по підвищенню її ефективності. Ефективність міжнародної економічної діяльності є

складним поняттям, що складається із двох самостійних категорій «ефективність» та « міжнародна економічна діяльність».

Поняття «ефективність» часто застосовується у розумінні оптимальності, тобто як кращий варіант використання ресурсів. У цьому змісті поняття «оптимальний» розглядається як найбільш ефективний (за С. І. Ожоговим – «найбільш сприятливий») [75, с. 402].

Іншими словами оптимальність відображає стан функціонування економічної системи, який у даний момент неможливо покращити. Це означає, що оптимальність характеризує стан системи, при якому відсутні можливості отримання додаткових економічних вигод. Досягнення такої ситуації на конкретний момент неможливе. При такому трактуванні поняття оптимальності та її співвідношенні з ефективністю варто розглядати категорію «оптимальність» частковою по відношенню до більш загальної категорії «ефективність».

Теоретико-методологічні аспекти теорії ефективності утворюють основу дослідження ефективності міжнародної економічної діяльності. Поряд із цим виникає необхідність певного коректування методів вимірювання та оцінки її результатів, що викликано наступними обставинами:

— інша грошова оцінка результатів та затрат. Експортна виручка поступає виключно у валюті зарубіжних господарств, а затрати враховуються у національній. З цієї причини до факторів, що впливають на рівень ефективності міжнародної економічної діяльності, додається новий – курсова різниця;

— у випадку, якщо зовнішня економічна діяльність підприємства лише частина його виробничо-господарської діяльності, необхідне врахування результатів експортно-імпортних операцій та виділення затрат по їх досягненню, що вимагає відповідної методики. При цьому під кінцевими результатами розуміється грошова оцінка отриманої підприємством вигоди від зовнішньоекономічної угоди, під витратами – грошова оцінка всіх видів витрат (матеріальних, трудових, фінансових, включаючи зобов'язання перед державою);

— підвищення ступеня ризику у господарській, інвестиційній, фінансовій діяльності, що викликає додаткові витрати, пов'язані із

страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній;

— наявність додаткових механізмів державного регулювання, перш за все митно-тарифного, що у свою чергу збільшує витрати;

— порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (ціна, показники якості, часовий лаг);

— підвищення ефективності досягається як за рахунок економії споживаних ресурсів, так і шляхом поліпшення використання наявного капіталу, в першу чергу, виробничих потужностей. Так, збільшення продажів понад обсяги, прийнятих при розрахунку порогу рентабельності, може перекрити втрати, пов'язані зі знижками з ціни на оптові партії товарів. Однак, це вимагає виділення у складі витрат постійних і змінних витрат. У ринкових умовах кожне підприємство, будучи економічно самостійним товаровиробником, має використовувати як класичні оцінки ефективності (ефективність виробництва, продажів, капіталу), так і маржинальний прибуток, розраховану у вигляді різниці між експортною виручкою і змінними витратами в складі експортних витрат, маржинальну рентабельність (відношення маржинального прибутку до змінних витрат). Такий підхід дозволяє володіти більш реальною картиною ефективності всього асортименту експортної продукції;

— необхідність дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом. Нерідко виникає ситуація, при якій може допускатися реалізація товару на зовнішньому ринку з меншою рентабельністю, ніж на внутрішньому (при обмеженні внутрішнього ринку), але з коефіцієнтом ефективності не нижче 1;

— необхідність врахування особливостей різних видів зовнішньоекономічних угод (основні і забезпечуючі, експорт, імпорт та ін.);

— зовнішня економічна діяльність для більшості підприємств лише частина діяльності, що у певній мірі знижує можливість розрахунку ряду показників, які характеризують рівень ефективності використання окремих видів затрат та ресурсів;

— закордонні ринки пред'являють підвищення вимоги до пропонованих товарів, сервісу, що також впливає на обсяг витрат.

Особливості змісту діяльності підприємств у зовнішньоекономічній сфері необхідно враховувати при розробці методологічних основ вимірювання та оцінки її ефективності.

Так, С.Н. Лебедева для підприємств пропонує показники, що характеризують масштаб, рівень розвитку, збалансованість зовнішньоторговельної діяльності і показники її ефективності. У якості узагальнюючого пропонується показник бюджетної ефективності зовнішньої торгівлі, який визначається шляхом співставлення витрат на виробництво продукції, аналогічної імпорتنій, і виробництво експортних товарів. У цьому випадку зовнішньоторговельний обмін визнається вигідним, якщо значення цього показника більше 1 [58, с. 19]. Як часткові показники ефективності експорту пропонуються показники:

$$\text{Валютна ефективність експорту} = \text{Вев}/\text{Се}, \quad (1.1)$$

де ЧД – чистий дохід від експорту, грн.;

Се - собівартість експорту, грн.

$$\text{Бюджетна ефективність експорту} = \text{Вев}/\text{Ве.вц}, \quad (1.2)$$

де Ве.вц - вартість експорту у внутрішніх цінах.

$$\text{Ефективність виробництва експортної продукції} = \text{Ве.вц}/\text{Се}. \quad (1.3)$$

Ефективність імпорту оцінюється аналогічними показниками:

$$\text{Валютна ефективність імпорту} = \text{ЧД}/\text{Сі}, \quad (1.4)$$

де ЧД – чистий дохід від імпорту, грн.;

Сі - собівартість імпорту, грн.

$$\text{Бюджетна ефективність імпорту} = V_{iv} / V_{i.vц}, \quad (1.5)$$

де $V_{i.vц}$ - вартість імпорту у внутрішніх цінах.

$$\text{Ефективність виробництва імпортої продукції} = V_{i.vц} / C_i. \quad (1.6)$$

На думку С.Н. Лебедева, за допомогою наведених показників можна зробити об'єктивний і детальний аналіз експорту (імпорту), а також визначити гранично допустимі ціни (максимум для імпорту і мінімум для експорту) і гранично допустимі витрати на здійснення зовнішньоторговельних операцій [58, с. 19-20].

Інший автор – Д.М. Іокша, погоджуючись із запропонованою методикою, вважає, що в умовах, коли на підприємствах не ведеться окремий облік результатів зовнішньої і внутрішньої торгівлі, комплексна оцінка ефективності за запропонованою методикою представляється ускладненою [45, с. 10]. З цієї причини автор вважає за доцільне оцінювати ефективність діяльності суб'єкта господарювання з точки зору умов торгівлі, для чого пропонується використати наступні показники:

- індекс співвідношення темпів зростання експорту-імпорту в діючих цінах;
- індекс співвідношення темпів зростання фізичних обсягів експорту-імпорту;
- індекс співвідношення експортно-імпортних цін [45, с. 10].

Своєрідним підходом до трактування поняття ефективності зовнішньої торгівлі відрізняється дослідження А.М. Вічевич та О.В. Максимець, в якому ефективність зовнішньої торгівлі визначається як максимізація позитивного зовнішньоторговельного сальдо за рахунок спеціалізації на виробництві та нарощування експорту товарів з максимальною прибутковістю продажів [14, с. 37].

Відповідно з таким визначенням поняття ефективності виділяються наступні етапи і відповідні їм блоки показників в методиці її статистичної оцінки та аналізу:

- оцінка стану і динаміки обсягів експорту, імпорту, їх співвідношення і значимість для зовнішньої торгівлі;
- оцінка і аналіз прибутковості зовнішньоторговельної діяльності підприємства;
- аналіз показників – чинників, що побічно визначають ефективність для зовнішньої торгівлі.

У складі першого блоку пропонуються показники вартісного обсягу експорту, імпорту, обігу та сальдо зовнішньої торгівлі, коефіцієнта збалансованості експорту та імпорту, експортної та імпортної квоти, коефіцієнта кореляції експорту і внутрішніх поставок товарів [14, с. 38].

У другому блоці пропонуються показники безпосереднього ефекту і ефективності експорту (прибуток від експорту, віддача витрат на експорт, розрахована як відношення експорту до витрат на нього) і показників порівняльної ефективності експорту і внутрішніх продажів:

- прибуток від реалізації продукції;
- віддача витрат по всій продукції;
- прибуток від реалізації продукції на внутрішньому ринку;
- внутрішня віддача витрат;
- рівень прибутку від експорту в загальній величині прибутку від реалізації;
- надприбуток (в трактуванні автора – це додатковий прибуток, отриманий за рахунок реалізації продукції на експорт за вищою ціною, ніж внутрішня);
- питома вага надприбутку в прибутку від експорту;
- коефіцієнт співвідношення експортних та імпортних цін;
- коефіцієнт співвідношення експортної та внутрішньої віддачі витрат

[14, с. 39].

Розглянуті методичні підходи дослідників до вимірювання та оцінки ефективності зовнішньої економічної діяльності, хоча і відрізняються переліком показників, їх місцем у відповідних блоках пропонованих систем, методикою розрахунку окремих показників, доповнюють один одного і дозволяють в цілому оцінити вплив різних чинників на рівень ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання. Поряд з цим в представлених методиках присутні окремі пропозиції, з якими не можна погодитися. Перш за все, це оцінка ефективності на основі показника зовнішньоторговельного сальдо, коефіцієнта збалансованості.

На збалансованість зовнішньої торгівлі підприємство безпосередньо не впливає. Відомо, що основна причина негативного зовнішньоторговельного сальдо насамперед викликана залежністю національної економіки від імпорту енергоресурсів, але підприємство безпосередньо їх не імпортує. Цей вид ресурсів закупає держава. Коефіцієнт збалансованості зовнішньої торгівлі застосований лише при оцінці економічної ефективності зовнішньої сфери національної економіки в цілому. До того ж на основі збалансованості експорту та імпорту товарів було б неправильно стверджувати, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства економічно ефективна.

Що стосується показників валютної самоокупності, то в умовах вільної внутрішньої конвертації національної валюти вони втратили значення, що мало місце раніше.

Пропозиції по методиці вимірювання і аналізу ефективності зовнішньої торгівлі містяться в ряді дисертаційних досліджень вітчизняних авторів [59]. Л.О. Лісова як ефект від зовнішньої торгівлі окремого суб'єкта пропонує розглядати вигреш валютної виручки або втрати при експорті, а також витрати або економію валюти при імпорті внаслідок відхилення контрактних цін учасників міжнародної економічної діяльності від середніх цін на окремі товари по країні. Яким чином можна визначити середні ціни по країні, залишається не зрозумілим.

Заслугує на увагу методика, запропонована Т.В.Миролубовою. Особливості її підходу полягають в пошуку прямої залежності передбачуваного результату і витрат, що зумовили його. Автор пропонує систему показників економічного ефекту і економічної ефективності і методи їх розрахунку. Методика Т.В.Миролубової дозволяє обґрунтувати доцільність зовнішньоекономічної угоди на етапі її підготовки і тому дуже ефективна при ухваленні управлінських рішень. Вона може бути використана як основа при визначанні ефективності економічної діяльності підприємства у цілому.

Кінцева мета функціонування будь-якої економічної системи може бути виражена елементами, різними за формою і відмінними один від одного, але її зміст повинен мати єдину сутнісну основу, що відображає якість і цілісність мети. Тому оцінка економічної ефективності може здійснюватися з різних позицій, різними методами, показниками, але за єдиним критерієм. На цій методологічній основі пропонується методика виміру економічної ефективності шляхом визначання критерію, що характеризує суть явища і системи показників як форм її вираження.

Відповідно до закону обмеженості ресурсів економіка повинна орієнтуватися на те, щоб, по-перше, до мінімуму скоротити витрати і, по-друге, досягти максимально можливого обсягу результату. Виходячи з цього, зміст критерію ефективності зовнішньоекономічної діяльності можна сформулювати як максимальне підвищення економічного ефекту (кінцевого результату) з одиниці витрат, витрачених на його досягнення.

Оскільки основною метою функціонування підприємства в ринкових умовах є прибуток – конкретна форма економічного ефекту, то поняття економічної ефективності зовнішньої економічної діяльності визначається як максимізація прибутку з одиниці вартості витрат, а це досягається на основі зростання результату, що випереджає зростання витрат. У такому розумінні відображається якісна сторона поняття ефективності зовнішньої економічної діяльності.

Отже, для загальної характеристики експортної та імпоротної діяльності

підприємства також використовують ефективність експорту/імпорту та економічний ефект експорту/імпорту.

Економічна ефективність експорту ($E_{ef.e}$) розраховується за формулою [5]:

$$E_{ef.e} = \text{ЧД} / \text{ОП} \quad (1.7)$$

де ЧД – чистий дохід від експорту за реалізований товар (послугу), переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

ОП – витрати на експорт, грн.;

$$\text{ЧД} = (\text{ВВ} * \text{Кр}) - \text{Дв} - \text{МП}, \quad (1.8)$$

де ВВ – валовий дохід за експортний товар (надані послуги);

Кр – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні;

Дв – додаткові витрати в середині країни, пов'язанні з експортом товару (надані послуг);

МП – митні платежі.

Показник ефективності експорту свідчить, наскільки ефективно підприємство проводить свою зовнішньоекономічну діяльність, а також про частку доходу в загальному обсязі експорту підприємства. Якщо цей показник буде більше за 1 і вищим, ніж показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку, тоді реалізація товарів на зовнішньому ринку буде вигіднішою порівняно з реалізацією всередині країни.

Економічний ефект експорту ($E_{ек.п}$) розраховується за формулою [74]:

$$E_{ек.п} = \text{ЧД} + \text{Воп} - \text{ПВ}, \quad (1.9)$$

де Воп - дохід у гривнях від обов'язкового продажу частки валюти держави;

ПВ – сума повних витрат підприємства на експорт продукції.

Для визначення економічної ефективності експортної діяльності на рівні підприємства широко використовують методику, згідно з якою визначаються такі три показники економічної ефективності [74]:

$$\text{а) } E^1_{\text{эф.е.}} = \frac{\text{ЧД } B_{\text{оп}}}{\text{ПВ}}, \quad (1.10)$$

$$\text{б) } E^2_{\text{эф.е.}} = \frac{e}{C_e}, \quad (1.11)$$

де Q_e — обсяг експорту у внутрішніх середньорічних цінах;

C_e — виробнича собівартість експортних товарів.

$$\text{в) } E^3_{\text{эф.е.}} = \frac{\text{ЧД } \text{ПВ}}{\text{ЧД } B_{\text{оп}}} \cdot 100\% \cdot \frac{\text{ЧД } B_{\text{оп}}}{K_e}, \quad (1.12)$$

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

Показник $E^3_{\text{эф.е.}}$ свідчить про ефективність використання виробничих фондів при експорті.

Показники $E^1_{\text{эф.е.}}$, $E^2_{\text{эф.е.}}$, $E^3_{\text{эф.е.}}$ доцільно використовувати при укладенні угоди з метою вибору найбільш оптимального за критерієм максимуму економічного ефекту та за умови, що $E^1_{\text{эф.е.}} > 1$, а $E^1_{\text{эф.е.}} > E^2_{\text{эф.е.}}$. Якщо виконуються ці дві умови, то експорт відповідних товарів для підприємства є економічно вигідним. Звідси слід шукати шляхи збільшення експорту даних товарів [74]

1. Економічний ефект імпорту (E_i) товарів розраховується за формулою [74]:

$$E_i = \frac{C_{i,\text{в.р}}}{B_j}, \quad (1.13)$$

де $C_{i,\text{в.р}}$ - вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку, грн;

B_j - витрати на придбання імпортової продукції, грн;

$$B_j = B_m + M + A + \text{ПДВ} + M_3 + D_1 + \text{ПДВ}, \quad (1.14)$$

де B_m - митна вартість товару, перерахована у гривні за офіційним курсом

(К) на дату подання митної декларації, яка включає валютні витрати імпортера (ВВ_j) до місця ввезення товару на митну територію України, тобто:

$$V_m = BV_j * K; \quad (1.15)$$

М - імпортне мито;

А - сума акцизного збору з підакцизних товарів;

ПДВ - податок на додану вартість;

М_з - митні збори;

Д_і - додаткові витрати імпортера;

ПДВ - податки на додану вартість щодо додаткових витрат імпортера.

Чим більший цей показник за одиницю, тим ефективнішою буде імпортна діяльність для підприємства.

2. Економічна (абсолютна) ефективності імпорту (E_i) товарів розраховується за формулою [74]:

$$E_i = Ц_{івр} - V_j, \quad (1.16)$$

Для визначення економічної ефективності імпорту можуть використовуватися різні методики залежно від мети здійснення імпорту: 1) імпорт товару здійснюється для виробничого споживання імпортером з метою зниження витрат виробництва як альтернатива його закупівлі на внутрішньому ринку; 2) імпорт товарів здійснюється для його реалізації на внутрішньому ринку з метою одержання прибутку (це імпорт товарів народного споживання).

Для товарів виробничого призначення економічна ефективність імпорту визначається за двома формулами [74]:

$$E^1_{ef.i} = \frac{Ц_k}{Ц_{ПП}}, \quad (1.17)$$

де Ц_к — купівельна ціна імпортного устаткування;

Ц_{ПП} - повна ціна споживання імпортного устаткування;

Ц_{ПП} = Ц_к + E_в, де E_в - експлуатаційні витрати при використанні устаткування;

$$E_v = V_c + V_e + V_p + V_z + 3П, \quad (1.18)$$

де V_с - вартість сировини, матеріалів, що споживаються, на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції;

V_e - вартість палива та енергії на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції;

V_p - вартість ремонту устаткування;

V_3 - вартість запчастин для устаткування;

ЗП - заробітна плата робітників, які обслуговують устаткування.

Чим більше $E_{\text{еф}}^1$ наближається до 1, тим ефективніший імпорт відповідних товарів.

Для товарів народного споживання економічний ефект імпорту визначається за формулою 1.13.

Таким чином, вище викладені методики оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності дозволяють усебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

Також можна зазначити, що мале підприємство в різних напрямках діяльності, має свою ефективність, яка залежить від напряму та поставленої цілі підприємства. Отже, використавши вище наведені способи розрахунку всіх видів ефективності, можна провести аналіз показників і визначити недоліки діяльності того чи іншого малого підприємства.

Висновки до розділу 1

Аналіз теоретико-методичних основ дослідження міжнародної економічної діяльності підприємства малого бізнесу дозволив зробити наступні висновки:

Міжнародна економічна діяльність малого бізнесу України здійснюється за рахунок підтримки державою міжнародних економічних відносин з іншими країнами. Не дивлячись на те, що державної підтримки і інвестицій в сферу малого бізнесу недостатньо, більшість підприємців МБ вимушені кооперуватися і здійснювати міжнародну економічну діяльність на власний розсуд, ризик та за рахунок власних інвестицій.

З кожним роком здійснювати міжнародну економічну діяльність малому бізнесу дедалі важче, оскільки приймаються закони, які не дають змогу малому

бізнесу розвиватися. І кожен раз у статистиці про підприємницьку діяльність, кількість підприємств малого бізнесу скорочується в рази. Тому актуальність даної теми є дуже важливою на сьогоднішній час.

На основі інформації наведеної у першому розділі, слід розробити ряд допоміжних законів і провести відповідні реформи в сфері підтримки, як вітчизняних виробників так і всіх інших підприємців, в тому числі і малого бізнесу. Оскільки розвиток малого бізнесу є перспективним напрямком то необхідно надавати підтримку МБ для з здійснення міжнародної економічної діяльності, що в подальшому призведе до росту економіки України вцілому і дасть можливість для залучення іноземних інвестицій в малий бізнес та Українську економіку.

Також на основі формул ефективності міжнародної економічної діяльності можна буде провести аналіз показиків по всім видам підприємств і зробити висновки проте куди краще інвестувати.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГЕЙЗЕР»

2.1. Сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу

Розвиток малого бізнесу в Україні є одним з ключових напрямків розвитку економіки країни в цілому. Але, на жаль, воно неминуче супроводжується такими проблемами як недолік фінансування, корупція, нестабільність в оподаткуванні та інші. У зв'язку з цим, актуально розглядати зарубіжну практику державної підтримки та оподаткування малого бізнесу, досвід введення якого буде здатний вивести вітчизняний малий бізнес на новий якісний рівень.

Перш ніж перейти до розгляду зазначених питань, у першу чергу розглянемо, що таке підприємництво і малий бізнес. Отже, підприємництво, підприємницька діяльність – самостійна, здійснювана на свій ризик діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг особами, зареєстрованими в установленому законом порядку.

Види підприємницької діяльності класифікуються наступним чином [114]:

- за формою власності, на базі якої здійснюється підприємницька діяльність: приватна, державна, комунальна;
- за кількістю учасників: індивідуальна, колективна;
- за характером діяльності: виробництво товарів, надання послуг, виконання робіт та ін.

Мале підприємництво – сектор економіки, який визначається діяльністю суб'єктів малого підприємництва на ринку товарів, робіт і послуг. Суб'єктом малого підприємництва є мале підприємство (далі – МП).

Як свідчить світова практика, основним показником, що дозволяє визнати господарюючі суб'єкти малими підприємствами, є чисельність працівників за певний період часу. Поряд із зазначеним показником використовуються також такі критерії, як щорічний оборот підприємства, величина його активів, розмір статутного капіталу.

У різних країнах відповідні показники різні: наприклад, в Європі межа для малої фірми – 300 працівників, а в США – навіть 500 осіб [61].

В ЄС до малих підприємств відносяться ті, які не перевищують наступних показників:

- кількість зайнятих працівників до 50 осіб;
- річний оборот менше 4 млн. євро;
- сума балансу менше 2 млн. євро.

У США федеральним законом про малий бізнес встановлено, що мала фірма – це фірма, яка має одного або декількох власників, з числом зайнятих трохи більше 500 осіб; Великою активів не більше 5 млн. дол. США і річним прибутком не більше 2 млн. дол. США, а також малими вважаються підприємства, керовані незалежними власниками, і такі, що не займають домінуючого положення на товарних ринках. Слід зазначити і те, що тут, як і в багатьох інших країнах, відіграє роль і галузева структура підприємства. Причому в одних галузях відіграє визначальну роль кількість зайнятих (обробна і видобувна промисловість), а в інших – величина обороту (будівництво, торгівля, послуги).

Сектор малого бізнесу представляє найбільш розгалужену мережу підприємств та індивідуальних підприємців, що діють в основному на місцевих ринках і безпосередньо пов'язаних з масовим споживачем товарів і послуг. У сукупності з невеликими розмірами МП, їх технологічною, виробничою та управлінською гнучкістю це дозволяє своєчасно реагувати на мінливу кон'юнктуру ринку. Малий бізнес також є невід'ємним, об'єктивно необхідним елементом будь-якої розвиненої господарської системи, без якого економіка і суспільство в цілому не можуть процвітати і розвиватися.

Малий бізнес в країнах з розвинутою ринковою економікою виконує ряд важливих функцій як економічного, так і соціального характеру [38]:

1. Мале підприємництво створює конкурентні ринкові відносини, що завжди на руку споживачам; малий бізнес за кордоном стимулює розвиток конкуренції. Тому, розвинені країни здійснюють політику підтримки малого підприємництва, головна мета якої – збалансування інтересів держави і бізнесу, забезпечення оптимальних умов для підприємницької діяльності, збільшення конкурентоспроможності малого бізнесу.

Мале підприємництво є основою вдосконалення і розвитку країни і підвищення конкурентоспроможності її економіки. Величезні транснаціональні корпорації потребують постачальників і вважають за краще працювати з малими організаціями, адже безліч невеликих постачальників гарантують конкуренцію між собою за обсяги замовлень, якщо хтось із них не впорається, завжди знайдеться заміна. Таким чином, малий бізнес в своїй сукупності виступає надійним постачальником високоякісної продукції для великого бізнесу.

2. Оперативно і гнучко реагують на ринкову ситуацію і запити споживача; приблизний час життя МП – близько 6 років. Але кількість нових підприємств перевищує цю кількість. Всі підприємства малого бізнесу досить швидко реагують на зовнішні умови і видозмінюють кінцеву продукцію, слідуючи за попитом, освоюючи нову продукцію.

Наприклад, МП в Японії здатні завершити дослідне виробництво протягом тижня, у той час як на великих підприємствах це зайняло б набагато більше часу. Вони спеціалізуються і на випуску кінцевої продукції, орієнтованої в основному на місцеві ринки збуту. В основному, це швидкопсувні продукти, ювелірні вироби, одяг, взуття і т.ін. [19, с. 30].

3. Децентралізованість розміщення сприяє створенню робочих місць не залежно від економічної розвиненості територій.

4. Мале підприємництво як платники податків формують не малу частину відрахувань до бюджетів всіх рівнів. Так, у Німеччині в легальному малому бізнесі зайнято 65% робочої сили, звідси бюджет отримує приблизно половину

податків. В Угорщині, Чехії, Польщі та інших країнах з перехідною економікою саме завдяки розвитку малого бізнесу спад виробництва тривав всього кілька років.

Діяльність МП в менш розвинених районах західноєвропейських країн – це основа всього їх соціального і економічного життя і вирішальна передумова їх подальшого господарського розвитку.

5. Мале підприємництво підтримує творчість, ремесла, промисли і традиції багатьох народів.

6. Висока «інноваційність», тобто відкриття інновацій та/або їх впровадження. Зарубіжний досвід показує, що в сфері малого підприємництва здійснюється більша частина всіх інновацій, що сприяє науково-технічному прогресу.

Малий і середній бізнес в більшості провідних країн сприяв політичній та соціально-економічній стабілізації, а також:

- створенню середнього класу (Франція, Великобританія, Бельгія, Німеччина, Канада, Іспанія);
- подоланню рецесії (Ізраїль, США);
- створенню нових ринків (Мексика, Канада, Сінгапур, Японія);
- послідовному проведенню реформ (Китай, Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина) [38, с. 231].

У даний час, такі розвинені країни, як Японія, США, країни ЄС, Південно-Східної Азії і Латинської Америки прагнуть створювати і підтримувати економічний клімат, що дозволяє зростати і розвиватися малому підприємству. Малому бізнесу приділяється величезна увага, так як дуже великий його вплив на різні мікро- і макроекономічні показники, такі як ВВП, попит на кредити, конкурентоспроможність держави, зайнятість населення та інші вкрай важливі економічні величини (табл. 2.1).

Далі розглянемо роль малого бізнесу в зарубіжних країнах. Малий бізнес пронизує всі сфери економіки, навіть ті, в яких на перший погляд є місце тільки великим корпораціям.

Таблиця 2.1

Основні показники розвитку малого бізнесу в економіках різних країн світу у 2016 р. [61]

Показник	США	Японія	Німеччина	Великобританія	Індія	Сінгапур
Частка МП у ВВП країни, %	52	51,6	57	52	54,9	53
Частка МП у чисельності зайнятого населення, %	50,1	69,5	69,3	55,5	45,3	62,3
Частка МП у кількості підприємств, %	87,6	79,2	82,3	79,1	84,2	89,5

У європейських країнах, за даними на 2016 рік, переважає торгівля (24%), за нею йдуть промисловість (20%), транспорт і зв'язок (16%), будівництво (15%), послуги населенню (13%), сільське господарство (12%), що представлено на рис. 2.1. Визначальну роль в економіці будь-якої розвиненої держави, крім великих корпорацій, також відіграє малий бізнес, так як є масовою, динамічною і гнучкою формою економічної діяльності. Саме у секторі малого бізнесу зосереджується основна маса національних ресурсів, які є живильним середовищем для середнього та великого бізнесу.

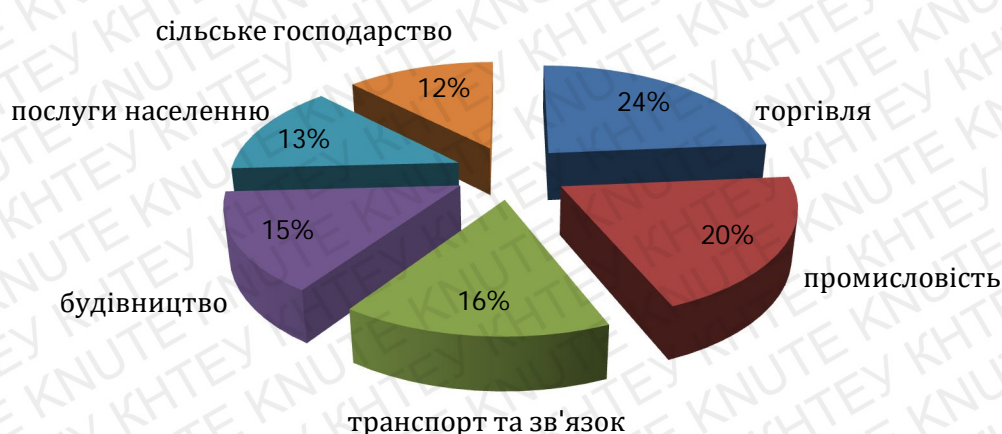


Рис. 2.1. Розподіл малих підприємств за галузями економіки у країнах ЄС, 2016 р. [61]

В азійських країнах таких як Китай, Тайвань, Південна Корея, Японія, на першому місці стоїть промисловість (41%), за нею сільське господарство (21%), торгівля (16%), транспорт (12%), будівництво (10%) (див. рис. 2.2).

На МП відзначається більш висока ефективність праці, дані суб'єкти з меншими витратами задовольняють потреби в дефіцитних видах товарів і послуг на основі розробки місцевих джерел (сировини) і забезпечує при цьому велику зайнятість.

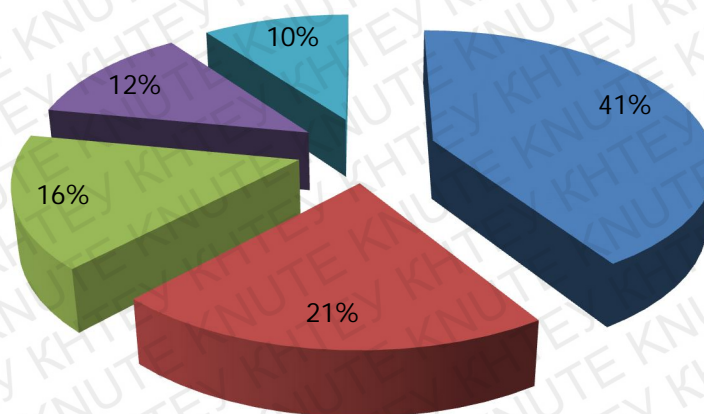


Рис. 2.2. Розподіл малих підприємств за галузями економіки у країнах Азії, 2016 р.[19]

Малі підприємства збільшують розміри надходжень до муніципальних бюджетів, стимулюють НТП, виконують інші важливі для господарства функції. На сучасному етапі підвищення ролі підприємств малого бізнесу в економіці Німеччини, США та інших розвинених країнах – не випадковість, а необхідна закономірність, викликана самим ходом історії, і потребами, які виникали в процесі розвитку продуктивних сил і технологій.

В Україні до малого бізнесу прийнято відносити підприємства з обмеженою кількістю працюючих: у промисловості та будівництві – до 100 осіб; в науково-технічних і сільгоспідприємствах – до 60 осіб; для організацій оптової торгівлі – не більше 50 осіб; роздрібної торгівлі – до 30 осіб.

У таблиці 2.2 наведено статистичні дані щодо масштабів розвитку малого бізнесу в Україні. Протягом періоду з 2010 по 2016 рр. в Україні скоротилася чисельність малих підприємств з 339589 до 291118 одиниць або на 14%.

При цьому спостерігається зростання частки малих підприємств у загальній кількості підприємств на 0,7 %. Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення в проміжку з 2010-2016 рр. зменшилася на 10. Також змінилися показники й по чисельності мікропідприємств. Зокрема, їх кількість скоротилася з 285542 до 247614 або на 13%.

Таблиця 2.2

Динаміка кількості малих підприємств в Україні *

Показники	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.
малі підприємства								
кількість, од.	339589	338223	327107	354136	324598	327815	291118	348745
% до загальної кількості підприємств	94,3	94,3	94,2	95	95,2	95,5	95	95,2
на 10 тис. наявного населення, од.	78	78	76	82	75	76	68	72
з них мікропідприємства								
кількість, од.	285542	282524	272202	301356	278922	284240	247614	265337
% до загальної кількості підприємств	79,3	78,8	78,4	80,8	81,8	82,8	80,8	81,5
на 10 тис. наявного населення од.	66	65	63	70	65	67	58	62

* Складено автором на основі даних [125, с. 519; 126, с. 538; 128, с. 31]

Разом з тим, частка мікропідприємств у загальній кількості підприємств зросла з 79,3% до 80,8% або на 1,5%. Кількість мікропідприємств у розрахунку на 10 тис. наявного населення за той самий період (2010-2016 рр.) впала з 66 до 58.

У таблиці 2.3 наведено статистичні дані щодо чисельності зайнятих працівників у сфері малого бізнесу в Україні. Згідно цих статистичних даних, можна побачити, що з кожним роком, як кількість працівників, так і кількість підприємств у тому числі малого бізнесу варіюється. І в зв'язку з цим більшість населення намагається відкривати власні справи і розвивати малий бізнес в Україні.

З кожним роком здійснювати міжнародну економічну діяльність малому бізнесу дедалі важче, оскільки приймаються закони, які не дають змогу малому бізнесу розвиватися. І кількість зайнятих відповідно змінюється кожен рік. Проте цей показник не вказує на позитивну динаміку.

Таблиця 2.3

Динаміка чисельності зайнятих працівників за типами підприємств в Україні *

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
усього зайнятих тис. осіб	7639,1	7479,9	7388,3	7130,1	6298,5	5889,7	5761,8	7261,6
у тому числі на малих підприємствах, тис. осіб	2053,5	1984,7	1954,4	1915,3	1686,9	1567,7	1609,6	1815,4
% до загальної чисельності зайнятих працівників	26,9	26,5	26,5	26,9	26,8	26,8	27,9	25,6
з них на мікропідприємствах, тис. осіб	790,8	748,2	749,9	756,2	723,5	691,4	692,1	726,1
% до загальної чисельності зайнятих працівників	10,4	10	10,1	10,6	11,5	11,7	12	10

Складено автором на основі даних [125, с. 519;126,с. 538, 128, с. 31]

В період з 2010 по 2016 рр. в Україні скоротилася чисельність зайнятих на підприємствах з 7639,1 тис. осіб до 5761,8 тис. осіб, скорочення становило 24,6%. Також скоротилася чисельність працівників малих підприємств з 2053,5 тис. осіб до 1609,6 тис. осіб або на 21,6%.

Питома частка зайнятих на малих підприємствах у загальній кількості зайнятих працівників зросла з 26,9% до 27,9% або на 1%. Також змінилися і показники по чисельності зайнятих на мікропідприємствах. Зокрема їхня чисельність скоротилася з 790,8 тис. осіб до 692,1 тис. осіб, скорочення становило 12,5%. При цьому зросла питома частка зайнятих на мікропідприємствах у загальній чисельності зайнятих на підприємствах зріс з 10,4% до 12,0% протягом 2010 – 2016 рр.

Цілі підтримки малого бізнесу – це знайти оптимальне співвідношення інтересів суспільства, бізнесу і держави. Важливе завдання такої політики

полягає в наданні їй інвестиційної спрямованості. Інвестиції розподіляються по галузях економіки нерівномірно, залежно від цілей державної політики.

Державна підтримка є вирішальним фактором розвитку підприємництва в індустріально розвинених країнах. Практично всі розвинені країни з ринковою економікою використовують різні методи і форми адміністративної,

правової та економічної підтримки [119, с. 248]:

- створення державних структур, що відають справами дрібних і середніх підприємств;
- програми фінансової допомоги малому бізнесу;
- податкові пільги для МП;
- допомога держави в отриманні замовлень дрібними фірмами;
- надання управлінської та технічної допомоги;
- антимонопольне регулювання.

Механізм стимулювання включає в себе, перш за все, законодавчо-правові акти, що забезпечують розробку і реалізацію кредитних програм, прями і гарантовані позики, пільгові субсидії, податкові пільги та інші форми фінансово-економічної підтримки. Як у сфері самого виробництва, так і у створенні системи навчання та перепідготовки кадрів. Не менш важливим напрямком стало надання консультаційних послуг та інформаційне забезпечення підприємств.

У всіх зарубіжних країнах з нормально розвиненою ринковою економікою існує потужна державна підтримка малого бізнесу. Наприклад, в Німеччині субсидії для МП складають близько 4 млрд. євро щорічно. У конгресі США проблемами малого бізнесу зайняті два комітети. На чолі стоїть Адміністрація у справах малого бізнесу. У кожному штаті є регіональні відділення по 30-40 чоловік. Мета Адміністрації – підтримка малого бізнесу на державному рівні. В Японії, де особливо високо кількість МП, спеціально виділені ті з них, які в умовах ринкової економіки без допомоги держави розвиватися не можуть [10].

Ефективність МП в Німеччині трохи вища, ніж в США і в Японії. Тут на частку 12,3% великих підприємств і 34% зайнятих на них працівників припадає

тільки 52,6% національного доходу. Крім того, 2/3 робочих місць створюється за рахунок дрібного підприємництва, тому кількість суб'єктів малого бізнесу зростає [61].

Відтак, у сучасній геополітичній ситуації, необхідно вивчати державну політику підтримки малого бізнесу і намагатися реалізувати найкраще з її практики в національній економіці.

Отже можна підкреслити те, що в усіх країнах здійснюється відповідна державна підтримка малого бізнесу. І за рахунок підтримки, інвестицій, модернізації і проведення багатьох реформ він розвивається. А в Україні зворотня ситуація, і малий бізнес замість того щоб розвиватися, почав інтенсивно скорочувати свою діяльність, про що свідчить зменшення числа малих підприємств та відповідно збільшення кількості безробітних.

2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Гейзер»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Гейзер» (ТОВ «Гейзер») працює на українському ринку опалювального обладнання з 1995 року. Основним видом діяльності підприємства є експорт, імпорт та продаж товарів власного виробництва. Висока кваліфікація фахівців підприємства і гнучка цінова політика дозволили ТОВ «Гейзер» створити широку партнерську мережу на території України, в яку зараз входить більше 200 компаній.

Для своїх партнерів і кінцевих споживачів ТОВ «Гейзер» пропонує:

- комплексні інженерні рішення питань тепло- та водопостачання (проектні, монтажні, пусконаладжувальні роботи, сервісне обслуговування);
- рекомендації та консультації по підбору та встановленню обладнання;
- офіційне представництво європейських виробників в Україні.

ТОВ «Гейзер» є юридичною особою. Підприємство ТОВ «Гейзер» засноване на приватній формі власності і керується Статутом підприємства та чинним законодавством України.

Організаційну структуру управління ТОВ «Гейзер» наведено на рис.2.1. Як видно з рисунку 2.3. структурне управління ТОВ «Гейзер» є лінійно-функціональною. Загальне керівництво діяльністю підприємства здійснює директор. Структура ТОВ «Гейзер» полягає в принципі ієрархічності рівнів управління, коли кожен нижчий рівень контролюється вищим і підпорядковується саме йому. Отже у загальних висновках зробимо пропозицію по удосконаленню структури. В 2013 році чистий дохід ТОВ «Гейзер» склав 13578 тис.грн. В 2014 році приріст чистого доходу ТОВ «Гейзер» склав 65,11 % порівняно з 2013 роком. В 2015 році чистий дохід ТОВ «Гейзер» склав 29984 тис.грн. В 2016 році приріст чистого доходу ТОВ «Гейзер» склав 26,53 % порівняно з 2015 роком.

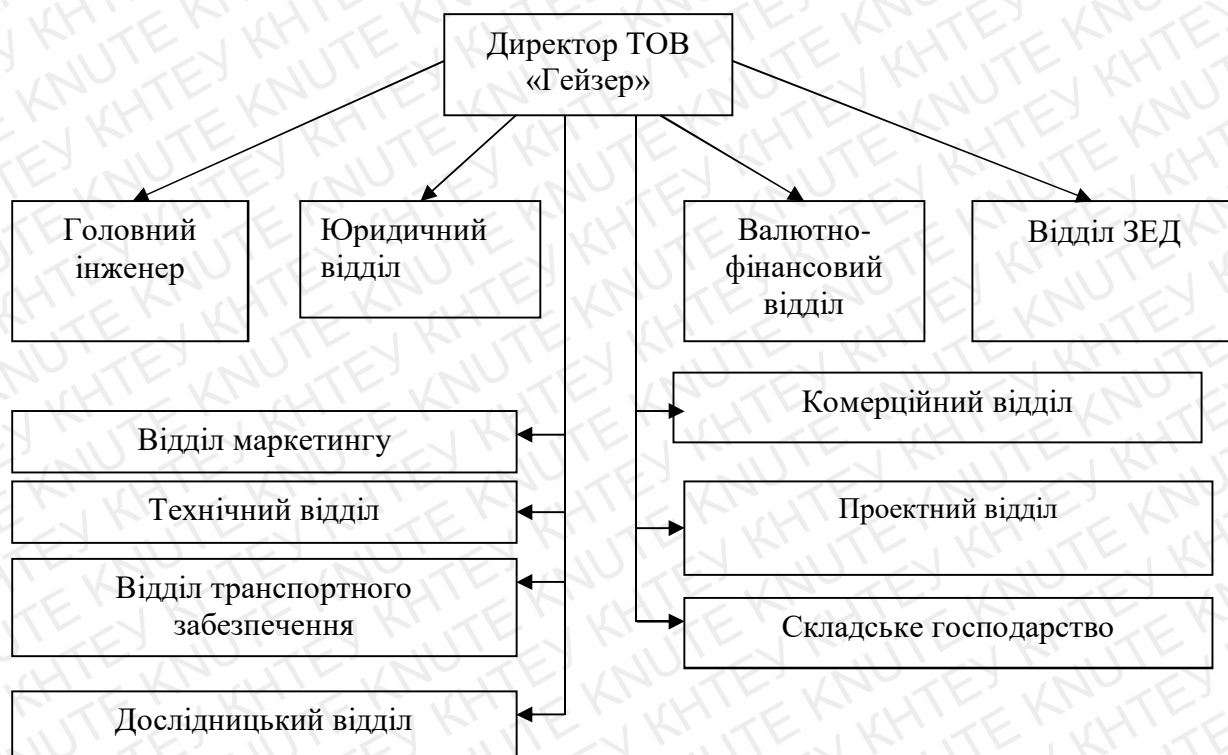


Рис.2.3. Організаційна структура управління ТОВ «Гейзер»*

Джерело: складено автором на підставі інформації ТОВ «Гейзер»

Проведемо аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Гейзер» за 2015-2017 рр. на основі інформації (табл. 2.4).

В 2017 році чистий дохід ТОВ «Гейзер» збільшується на 96,55 % порівняно з 2016 роком, що позитивно впливає на фінансове становище підприємства та збільшує його частку на ринку. На кінець 2017 року чистий дохід ТОВ «Гейзер» становив 74571 тис. грн.

В 2013 році собівартість продукції ТОВ «Гейзер» становила 12922 тис.грн., а в 2014 році вона зросла на 63,88%. В 2015 році собівартість продукції підприємства становила 28478 тис.грн, що на 34,48% більше за показник 2014 року. В 2016 році собівартість продукції ТОВ «Гейзер» становила 36116 тис.грн, що на 26,82% більше за показник 2015 року.

Після аналізу фінансових результатів діяльності підприємства, розглянемо динаміку показників за активами та пасивами підприємства ТОВ «Гейзер» за період з 2013 по 2017 рр. У наведених таблицях 2.5 та 2.6 наведена ця динаміка. На основі якої ми бачимо, що за 2013 році основних засобів не було а в 2014 одразу 12,5 що свідчить проте що підприємство намагалося здійснювати діяльність але в 2015 році основні засоби суттєво знизилися аж до -6,1 після цього в 2016 цей показник впав до -2 і в наступному році відбулися зміни і кінцевий підсумок в 2017 році склав 12,8. А відносне відхилення в порівнянні 2015 до 2014 років склало 0,51 %.

В 2017 році собівартість продукції ТОВ «Гейзер» зросла у порівнянні з 2016 роком на 97,54% та становила 71345 тис.грн. У 2017 році приріст собівартості продукції ТОВ «Гейзер» перевищує приріст чистого доходу через подорожчання необхідних для виробництва матеріалів як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

В 2013 році інші операційні витрати ТОВ «Гейзер» склали 466 тис.грн. В 2014 році приріст інших операційних витрат ТОВ «Гейзер» склав 87,33 % порівняно з 2013 роком. В 2015 році інші операційні витрати ТОВ «Гейзер» склали 1121 тис.грн.

Таблиця 2.4

Динаміка показників фінансових результатів діяльності ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр., тис.грн.*

Показники	2013 31.12.13	2014 31.12.14	2015 31.12.15	2016 31.12.16	2017 31.12.17	Абсолютне відхилення, +,-				Відносне відхилення, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	13578	22418	29984	37940	74571	8831	7566	7956	36631	65,11	33,74	26,53	96,55
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	12922	21176	28478	36116	71345	1254	7302	7638	35229	63,88	34,48	26,82	97,54
Інші операційні витрати	466	873	1121	1443	1998	407	248	322	555	87,33	28,4	28,72	38,46
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:	181	368	385	379	1265	187	17	-6	886	103,31	4,61	-1,56	233,77
Податок на прибуток від звичайної діяльності	36	64	69	68	227	28	5	-1	159	77,77	7,81	-1,45	233,82
Чистий прибуток (збиток)	145	304	315	311	1037	159	11	-4	726	109,65	3,61	-1,27	233,44

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

Динаміка активів ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр., тис.грн.*

Показники	2013 31.12.13	2014 31.12.14	2015 31.12.15	2016 31.12.16	2017 31.12.17	Абсолютне відхилення, +/-			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Основні засоби	-	12,5	6,4	4,1	16,9	12,5	-6,1	-2	12,9
Первісна вартість	79,3	79,3	49,7	49,7	67	-	-29,6	-	17,3
Знос	58,3	66,8	43,3	45,6	50,1	8,5	-23,5	2,3	4,5
Інші необоротні активи	5,4	5,4	5,4	2,4	-	-	-	-3	-2,4
Усього за розділом 1	26,4	17,9	11,8	6,5	16,9	-8,5	-6,1	-5,3	10,9
Запаси	-	1081,1	1200,4	2502,3	3058,9	-	119,3	1301,9	556,7
Готова продукція	1232,2	1081,1	1200,4	2502,3	3032,1	-151,1	119,3	1301,9	529,2
Дебіторська заборгованість (розрахунки з бюджетом)	182,2	42,5	-	193,7	143,2	-139,7	-42,5	193,7	-50,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	6,7	145,9	-	-	1943,1	139,2	-145,9	-	1943,1
Гроші та їх еквіваленти	122,4	116,9	2	101,8	1237,6	-5,5	-114,9	99,8	1135,9
Усього за розділом 2	1543,5	1386,4	1684,1	2821	6398,3	-157,1	297,7	1136,9	3577,7

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

Динаміка пасивів ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр., тис.грн.*

Показники	2013 31.12.13	2014 31.12.14	2015 31.12.15	2016 31.12.16	2017 31.12.17	Абсолютне відхилення		
						2014/ 2013	2015/ 2014	2017/ 2016
Статутний капітал	11,8	-	-	-	-	-11,8	-	-
Зареєстрований капітал	-	-	-	11,8	11,8		-	-11,8
Додатковий капітал	-	11,8	11,8	-	-	-11,8	-	-
Резервний капітал	-	-	-	70,8	70,8	-	-	-70,8
Нерозподілений прибуток	485	789,3	1105	1345,6	2383,2	304,3	315,7	240,3
Усього за розділом 1	496,8	801,1	1116,8	1428,2	2465,8	304,3	315,7	311,3
Кредиторська заборгованість за:								
товари роботи послуги	1073,1	10,2	304,1	1399,3	3579,5	-1062,9	293,9	109,9
розрахунок з бюджетом	-	-	35	-	73,5	-	35	-35
Інші поточні зобов'язання	-	-	240	-	296,4	-	240	-240
Усього за розділом 3	-	593	579,1	1399,3	3949,4	-593	-13,9	82,4
Усього за розділом 4	1073,1	-	-	-	-	-1073,1	-	-

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

В 2016 році приріст інших операційний витрат ТОВ «Гейзер» склав 28,72 % порівняно з 2015 роком. В 2017 році інші операційні витрати ТОВ «Гейзер» збільшуються на 38,46 % порівняно з 2016 роком та становлять 1998 тис.грн.

В 2013 році сума фінансового результату до оподаткування ТОВ «Гейзер» становила 181 тис.грн., в 2014 році даний показник зріс на 103,31%. В 2015 році сума фінансового результату до оподаткування ТОВ «Гейзер» становила 385 тис.грн.. В 2016 році сума прибутку до оподаткування склала 379 тис.грн., а в 2017 році - 1265 тис.грн. Позитивне значення показника свідчить про ефективну діяльність підприємства

Отже, ТОВ «Гейзер» сформувало позитивний чистий фінансовий результат в 2013 році, який склав 145 тис.грн. В 2014 році чистий прибуток підприємства зріс на 159 тис.грн, або на 109,65%. Сума чистого прибутку ТОВ «Гейзер» в 2015 році, становить 315 тис.грн. Сума чистого прибутку ТОВ «Гейзер» в 2016 році становить 311 тис.грн. За 2017 рік сума чистого фінансового результату від діяльності ТОВ «Гейзер» склала 1037 тис.грн., що є позитивним явищем, яке свідчить про те, що підприємство діє ефективно і може генерувати прибуток для своїх інвесторів.

Проведемо аналіз динаміки показників ліквідності ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр. в табл.2.7. Значення показника поточної ліквідності ТОВ «Гейзер» в 2013 році було менше за нормативне значення, тобто підприємство було не здатне погасити всі свої зобов'язання протягом року.

В 2014 році показник поточної ліквідності був в нормативних межах ($2 < K < 2,5$), тобто підприємство здатне погасити всі свої зобов'язання протягом року. В 2015 році на кожен гривню поточних зобов'язань припадає 2,91 грн. оборотних активів ТОВ «Гейзер». В 2016 році на кожен гривню поточних зобов'язань припадає 2,02 грн. оборотних активів ТОВ «Гейзер». В 2017 році поточна ліквідність підприємства була в межах норми і на кожен гривню поточних зобов'язань припадає 1,62 грн. оборотних активів ТОВ «Гейзер».

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр.*

Показники	Нормативне значення	Формули розрахунку	2013 31.12.13	2014 31.12.14	2015 31.12.15	2016 31.12.16	2017 31.12.17	Абсолютне відхилення, +,-			
								2014/2013	2015/2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	$2 < K < 2,5$	Оборотні активи/поточні зобов'язання	1,44	2,3	2,91	2,02	1,62	0,86	0,61	-0,89	-0,4
Коефіцієнт ліквідності швидкої	$1 < K < 0,8$	Оборотні активи без урахування запасів /поточні зобов'язання	0,29	0,51	0,84	0,23	0,85	0,22	0,33	-0,61	0,62
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	$0,2 < K < 0,25$	Грошові кошти і короткострокові і фінансові інвестиції/поточні зобов'язання	0,11	0,19	0,03	0,07	0,31	0,08	-0,16	0,04	0,24

* Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

Щодо показника швидкої ліквідності, то в 2013 році ТОВ «Гейзер» підприємство могло швидко погасити 29 % поточних зобов'язань, а в 2014 році 51%. В 2015 році ТОВ «Гейзер» даний показник був в межах нормативного значення ($0,8 < K < 1$), тобто підприємство могло швидко погасити 83,59 % поточних зобов'язань. В 2016 році значення показника швидкої ліквідності ТОВ «Гейзер» було нижче нормативного значення і становило 0,23. На кінець 2017 року показник становив 0,85. Тобто значення показника в межах нормативного.

Щодо показника абсолютної ліквідності, то в 2013 році ТОВ «Гейзер» могло негайно погасити 0,11 грн. поточних зобов'язань, а в 2014 році – 0,19 грн. поточних зобов'язань. В 2015 році ТОВ «Гейзер» могло негайно погасити 0,03 грн. поточних зобов'язань. В 2016 році значення показника становило 0,07; а на кінець 2017 року становило 0,31. Низький показник в 2015 і 2016 роках вказує на те, що підприємству було складно вчасно гасити борги. Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр. наведена в ДОДАТКУ В.

Наявність власних оборотних коштів дозволяє ТОВ «Гейзер» проводити гнучку фінансову політику. Також знижується потреба в позикових коштах, у тому числі і короткострокових, що позитивно впливає на фінансову стійкість. В 2013-2014 рр. значення показника було позитивним і ТОВ «Гейзер» володіло власними оборотними коштами в розмірі 470 та 784 тис.грн. відповідно.

В 2015 році значення показника було позитивним і ТОВ «Гейзер» володіло власними оборотними коштами в розмірі 1105 тис.грн. В 2016 році значення показника становило 1422 тис.грн. На кінець 2017 року спостерігаємо підвищення значення показника до 2449 тис.грн.

В 2013 році значення коефіцієнта забезпечення оборотних активів власними коштами становить 0,3, тобто на кожну гривню оборотних коштів припадає 0,3 гривень власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер». В 2014 році значення показника становить 0,57, тобто на кожну гривню оборотних коштів припадає 0,57 гривень власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер». В 2015 році значення коефіцієнта забезпечення оборотних активів власними коштами

становить 0,66, тобто на кожную гривню оборотних коштів припадає 0,66 гривень власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер». В 2016 році значення показника становить 0,5, тобто на кожную гривню оборотних коштів припадає 0,5 гривень власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер». В 2017 році значення показника становить 0,38, тобто на кожную гривню оборотних коштів припадає 0,38 гривень власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер».

В 2013 році на кожную гривню власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер» припадає 0,26 гривень високоліквідних активів, а в 2014 році – 0,15 гривень. В 2015 році на кожную гривню власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер» припадає 0,02 гривень високоліквідних активів. В 2016 році значення маневреності власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер» становить 0,07. В 2016 році значення маневреності власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер» становить 0,51.

В 2013-2014 роках на кожную гривню запасів припадає 0,38 грн. та 0,73 грн. власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер» відповідно. В 2015 році на кожную гривню запасів припадає 0,92 грн. власних оборотних коштів ТОВ «Гейзер». Це означає, що власних коштів вистачало лише частково для фінансування запасів. В 2016 році значення показника становило 0,57. На кінець 2017 року значення показника становило 0,81 проти 0,57 в 2016 році, тобто сума власних коштів ТОВ «Гейзер» зростає. В 2013 році фінансових ресурсів було достатньо для фінансування запасів ТОВ «Гейзер» і становило 1,25, а в 2014 році – 0,73.

В 2015 році фінансових ресурсів було достатньо для фінансування запасів ТОВ «Гейзер» і становило 1,17. В 2016 році значення показника покриття запасів становить 1,13. В 2017 році на кожную гривню запасів доводиться 1,99 грн. фінансових ресурсів ТОВ «Гейзер».

В 2013-2014 роках частка власного капіталу ТОВ «Гейзер» становила 0,32 та 0,57 відповідно, В 2015 році частка власного капіталу ТОВ «Гейзер» становила 0,66, тобто була вкрай високою. В 2016 році значення показника становило 0,51. На кінець 2017 року значення показника становило 0,38.

В 2013 році значення показника фінансової залежності становило 3,16, а в 2014 році – 1,75. Значення показника фінансової залежності у 2015 році

становило 1,52. В 2016 році значення показника становить 1,98 гривень. В 2017 році на кожную гривню власних коштів припадає 2,6 грн. пасивів.

В 2013-2014 роках значення показника маневреності власного капіталу становить 0,95 та 0,98, відповідно. В 2015 році на кожную гривню власних коштів ТОВ «Гейзер» припадає 0,99 грн. власних оборотних коштів. В 2016 році значення показника маневреності власного капіталу становить 1. В 2017 році значення показника маневреності власного капіталу зменшилася і на кінець 2017 року становить 0,99.

В 2013-2014 роках значення коефіцієнта фінансової стабільності становило 0,46 і 1,33 відповідно. В 2015 році ТОВ «Гейзер» було фінансово стійким. В 2016 році на кожную гривню зобов'язань припадає 1,02 грн. власних фінансових коштів, тобто ТОВ «Гейзер» було фінансово стійким в цьому році. На кінець 2017 року значення показника становило 0,62.

В 2013 році значення показника оборотності активів ТОВ «Гейзер» становило 17,31, в 2014 році – 15,08. На початок 2015 року значення показника оборотності активів ТОВ «Гейзер» становило 35,38.

В 2016 році значення показника знижується і кожна вкладена в активи гривня дозволила отримати ТОВ «Гейзер» 16,78 гривень виручки. Тобто знижується ефективність використання активів загалом. В 2017 році продовжується зниження показника і на кожную гривню вкладену в активи ТОВ «Гейзер» отримало 16,14 гривень чистого доходу. Це вказує на постійне зниження ефективності використання активів протягом усього періоду.

Щодо показника фондівіддачі, то він вказує на те, що в 2013 році кожна гривня вкладена в основні засоби принесла ТОВ «Гейзер» 1293,14 грн., а в 2014 році – 1358,67 грн. В 2015 році кожна гривня вкладена в основні засоби принесла ТОВ «Гейзер» 9994,67 грн. виручки. В 2016 році ефективність використання збутових основних засобів знижується на 2406,67.

В 2017 році ефективність використання основних фондів продовжує знижуватися і на кожную гривню основних засобів, залучену в операційний

процес, ТОВ «Гейзер» було реалізовано продукції та надано послуг на суму 7457,1 грн.

В 2013 році оборотні активи ТОВ «Гейзер» здійснили 17,6 обороти, а в 2014 році – 15,31 обороти. В 2015 році оборотні активи ТОВ «Гейзер» здійснили 35,61 обороти. В 2016 році спостерігається зниження показника на 18,77, тобто наявні оборотні активи використовуються менш ефективно. Зниження інтенсивності використання оборотних активів відбувається протягом усього періоду. В 2017 році вони здійснили 16,18 обороти, тобто на 0,67 менше, ніж роком раніше.

Середній термін обороту оборотних активів зростає. Якщо на початок 2015 року значення показника одного обороту оборотних активів становить 10,11 днів, то в 2017 році 22,25 днів.

В 2013 році запаси ТОВ «Гейзер» здійснили 20,98 оборотів, а в 2014 році – 18,31 обороти. В 2015 році запаси ТОВ «Гейзер» здійснили 47,46 оборотів. В 2016 році значення показника знижується на 27,95 у порівнянні з 2015 роком. Це вказує на зниження ефективності управління запасами і може бути ознакою зниження збутової активності. В 2017 році тенденція змінюється і відбувається підвищення ефективності використання запасів ТОВ «Гейзер». В 2017 році вони здійснили 25,78 оборотів.

Оборотність дебіторської заборгованості ТОВ «Гейзер» в 2013 році склала 144,45, а 2014 році – 119,56. Оборотною дебіторської заборгованості ТОВ «Гейзер» в 2015 році склала 124,67, тобто протягом 2015 року дебіторська заборгованість здійснила 124,67 оборотів. В 2016 році значення показника знизилася на 12,09. Це вказує на зниження ефективності управління дебіторською заборгованістю. В 2017 році тенденція незмінна і на кінець 2017 року дебіторська заборгованість здійснила 65,44 оборотів.

Період обороту кредиторської заборгованості ТОВ «Гейзер» в 2013 році склав 14,95, а 2014 році – 9,21. Період обороту кредиторської заборгованості ТОВ «Гейзер» в 2015 році склав 1,92, тобто в середньому протягом 2015 року кредиторська заборгованість здійснила оборот за 1,92 днів. В 2016 році

значення показника виросло на 6,57. Це вказує на підвищення ефективності управління кредиторською заборгованістю, адже це означає, що підприємство використовує кожну окрему гривню цих коштів протягом тривалішого періоду часу. В 2017 році тенденція незмінна і на кінець 2017 року кредиторська заборгованість здійснювала оборот за 12,56 днів.

В 2013 році значення показника оборотності власного капіталу ТОВ «Гейзер» становило 54,75, а в 2014 році – 34,57. На початок 2015 року значення показника оборотності власного капіталу ТОВ «Гейзер» становило 53,73. В 2016 році значення показника знижується і кожна гривня власного капіталу дозволила отримати ТОВ «Гейзер» 29,83 гривень виручки. Тобто знижується ефективність використання коштів власників підприємства. В 2017 році ситуація змінюється і ТОВ «Гейзер» підвищує ефективність використання власного капіталу до 38,31 гривень на кожну гривню вкладених коштів.

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр. наведена в табл.2.8.

Рентабельність активів ТОВ «Гейзер» в 2013 році склала 18,48 %, тобто на кожну гривню активів підприємство отримало 18,47 копійок чистого прибутку. В 2014 році даний показник зростає і становить 20,45%. Рентабельність активів ТОВ «Гейзер» в 2015 році склала 37,17 %, тобто на кожну гривню активів підприємство отримало 37,17 копійок чистого прибутку. В 2016 році на кожну вкладену в активи гривню було отримано 13,75 копійок чистого прибутку. В 2017 році значення показника рентабельності активів ТОВ «Гейзер» дорівнювало 22,44 . Щодо показника рентабельності власного капіталу, то в 2013 році кожна вкладена власниками ТОВ «Гейзер» гривня коштів принесла їм 58,47 копійок чистого прибутку, а в 2014 році – 46,88 копійок чистого прибутку. В 2015 році кожна вкладена власниками ТОВ «Гейзер» гривня коштів принесла їм 56,45 копійок чистого прибутку. Це низький показник, який свідчить про незадовільну ефективність роботи підприємства.

Таблиця 2.8

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр., %*

Показники	2013 31.12.13	2014 31.12.14	2015 31.12.15	2016 31.12.16	2017 31.12.17	Абсолютне відхилення, +/-				Відносне відхилення, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком	18,48	20,45	37,17	13,75	22,44	1,97	16,72	-23,42	8,69	10,66	81,76	-63,01	63,2
Рентабельність власного капіталу	58,47	46,88	56,45	24,45	53,28	-11,59	9,57	-32	28,83	19,82	20,41	-56,69	117,91
Рентабельність виробничих фондів	1380,95	1842,42	10500	6220	10370	461,47	8657,58	-4280	4150	33,42	469,9	-40,76	66,72
Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком	1,07	1,36	1,05	0,82	1,39	0,29	-0,31	-0,23	0,57	27,1	-22,79	-21,9	69,51

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

В 2016 році кожна вкладена власниками гривня коштів принесла їм 24,45 копійок чистого прибутку, тобто ефективність роботи за цей рік була низькою. В 2017 році кожна вкладена власниками гривня коштів принесла їм 53,28 копійок чистого прибутку, що не є високим показником.

Рентабельність виробничих фондів в 2013 році склала 1380,95, а в 2014 році – 1842,42. Рентабельність виробничих фондів в 2015 році склала 10500, тобто на кожну гривню виробничих фондів підприємство отримало 105 грн чистого прибутку. В 2016 році на кожну вкладену у виробничі фонди гривню було отримано 62,2 грн чистого прибутку. В 2017 році значення показника рентабельності виробничих фондів дорівнює 10370.

В 2013 році кожна отримана гривня виручки дозволила отримати 1,07 грн. чистого прибутку, а в 2014 році – 1,36 грн. чистого прибутку. В 2015 році кожна отримана гривня виручки дозволила отримати 0,05 грн. чистого прибутку. В 2016 році рентабельність продажів по прибутку від реалізації становить 0,82 %. На кінець 2017 року значення показника становило 1,39 %.

Отже, проведений аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Гейзер» дозволив встановити, що підприємство є прибутковим, чистий прибуток в 2017 році склав 1037 тис.грн.. Протягом 2013-2017 року підприємство є ліквідним, платоспроможним та фінансово стійким. Відбувається зростання показників рентабельності підприємства, що свідчить про ефективну діяльність ТОВ «Гейзер» протягом аналізованого періоду.

2.3. Аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» та оцінка її ефективності

ТОВ «Гейзер» здійснює міжнародну економічну діяльність у розрізі як експортних, так і імпорتنих операцій. Проте обсяги зовнішньої економічної діяльності незначні, що спричинило незначну потребу у кадрах. Кожен працівник відділу зовнішньої економічної діяльності займається виконанням широкого кола функцій:

- Аналіз внутрішнього та зовнішнього ринків

- Консалтація клієнтів
- Продаж продукції яка була раніше імпортована, куплена в Україні та власного виробництва
- Оформлення усіх необхідних документів для діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках
- Розробка комерційних пропозицій
- Надання пропозицій по покращенню діяльності підприємства
- Повний розрахунок та підбір необхідного обладнання на об'єкти
- При необхідності прийняття та відпуск товару
- Прийняття участі у переговорах з іноземними компаніями
- Співпраця з митницею

Аналіз організації міжнародної економічної діяльності на підприємстві показав, що до цього процесу долученні й інші підрозділи підприємства окрім зовнішньоекономічного. Так, комерційний відділ займається реалізацією продукції на експорт, а також на внутрішній ринок і структурований за видами продукції. Юридичний, валютно-фінансовий відділи займаються оформленням і введенням усіх експортно-імпортних контрактів. Відділ транспортного забезпечення відповідає за управління логістичними процесами. Що дає нам змогу навести відповідні данні по імпорту та експорту в табл. 2.6. Де відповідно бачимо структуру асортименту імпортованої та експортної продукції за відповідний період з 2014-2017 роки включно. В подальшому це нам дасть можливість провести аналіз і зробити висновки, щодо діяльності підприємства в цілому, та надати свої рекомендації по удосконаленню підприємства та його діяльності.

Щодо планування імпортно-експортних операцій, то функцію їх планування покладено на керівника відділу ЗЕД та підпорядковані йому структурні підрозділи. Як бачимо з рис. 2.1, окремого відділу планування в межах здійснення міжнародної економічної діяльності підприємством не існує. Тому всі тактичні та стратегічні плани розробляються в межах загальної стратегії розвитку ТОВ «Гейзер».

Етапи здійснення процесу планування імпортно-експортної діяльності ТОВ «Гейзер» в межах планування загальної стратегії розвитку підприємства наведено на рис. 2.4.



Рис.2.4. Етапи здійснення процесу планування міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» в межах планування загальної стратегії розвитку підприємства

Джерело: складено автором на основі інформації ТОВ «Гейзер»

У зв'язку з економічною та політичною ситуацією в Україні у 2013-2014рр.

На підприємстві суттєво скоротилися обсяги зовнішньої економічної діяльності, проте починаючи з 2016 спостерігається поживлення експортно-імпортних операцій.

Дані таблиці 2.9 свідчать про те, що імпорту продукції ТОВ «Гейзер» збільшується з року в рік: в 2013 році імпорту продукції не було, в 2015 р. в порівнянні з 2014 р. обсяг імпорту продукції зріс на 5572,79 тис.грн.

В 2016 р. в порівнянні з 2015 р. обсяг імпорту продукції зріс на 3531,33 тис.грн.. В 2017 році імпорту продукції збільшується на 11977,25 тис.грн. у порівнянні з 2016 роком.

Динаміка обсягів імпорту продукції ТОВ «Гейзер» за асортиментом товарів 2014-2017 рр., тис.грн

Вид продукції	Рік				Відхилення					
					2015/2014		2016/2015		2017/2016	
	2014	2015	2016	2017	абс-не	темп зростання, %	абс-не	темп зростання, %	абс-не	темп зростання, %
Теплообмінники	11,2	256,3	433,39	2235,7 2	245,1	2188,41	177,09	198,05	636,78	146,93
Електричні бойлери	34,12	598,04	866,78	2297,6 1	563,92	1652,75	268,75	63,85	1273,57	146,93
Полімерні матеріали	69,74	1196,0 8	1841,9 2	3320,4 7	1126,3 4	1615,05	645,84	71,89	2438,78	132,4
Запірна арматура	71,2	1452,3 8	2383,6 6	1150,8 8	1381,1 8	1939,86	931,28	223,62	2967,22	124,48
Твердопаливні котли	34,11	427,17	975,13	1240,3 5	393,06	1152,33	547,96	86,02	1165,22	119,49
Автоматика	49,42	939,77	1408,5 2	3210,5 3	890,35	1801,61	468,75	28,72	1802	127,94
Радіатори	52,37	1025,2 1	1516,8 7	2410,5 3	972,84	1857,62	491,66	58,51	1693,65	111,65
Всього	322,1 6	5894,9 5	9426,2 8	17269, 6	5572,7 9	1729,82	3531,3 3	788,51	11977,2 5	909,82

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

В таблиці 2.10 наводиться структура асортименту імпорту ТОВ «Гейзер» у відсотках в 2014-2017 рр. Що дає змогу побачити динаміку на основі розрахованого абсолютного відхилення по кожній з позицій загалом.

Згідно даних таблиці 2.10, в структурі імпорту ТОВ «Гейзер» найбільшу питому вагу протягом 2014-2017 рр. займає запірна арматура. Так, в 2014 році частка даної продукції становить 22,1% від загального обсягу імпортованої продукції підприємства, в 2015 році - 24,6%, в 2016 році – 25,3%, а в 2017 році – 25%. В 2017 р. її імпорт в порівнянні з 2016 р. зменшився на 0,29%.

Згідно даних таблиці 2.11, в 2016 році відбувалося найбільше зростання імпорту продукції з таких країн як Німеччина (на 327,38 тис.грн., або 198,05%), Польща (на 493,30 тис.грн., або 223,62%) та Литва (на 232 тис.грн., або 86,02%). Динаміка наведена на рис. Протягом 2017 року значно зріс обсягу імпорту продукції з Швеції (на 256,22%), Італії (на 148,87%), Туреччини (на 139,85%) та Німеччини (на 117,22%).

Товарна структура імпорту ТОВ «Гейзер» за 2014-2017 рр., %*

Вид продукції	Рік				Абсолютне відхилення, +/-		
	2014	2015	2016	2017	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Теплообмінники	3,5	4,3	4,6	5,0	0,9	0,25	0,40
Електричні бойлери	10,6	10,1	9,2	10,0	-0,4	-0,95	0,80
Полімерні матеріали	21,6	20,3	19,5	20,0	-1,4	-0,75	0,46
Запірна арматура	22,1	24,6	25,3	25,0	2,5	0,65	-0,29
Твердопаливні котли	10,6	7,2	10,3	10,0	-3,3	3,10	-0,34
Автоматика	15,3	15,9	14,9	15,0	0,6	-1,00	0,06
Радіатори	16,3	17,4	16,1	15,0	1,1	-1,30	-1,09
Всього	100,0	100	100	100	0,0	0,00	0,00

* Джерело: складено та розрах. на підставі фін. звітності підприємства даних відділу ЗЕД

Динаміка обсягу імпорту ТОВ «Гейзер» за країнами 2015-2017 рр. наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Динаміка обсягів імпорту ТОВ «Гейзер» за країнами 2014-2017 рр., тис.грн*

Країна	Рік				Відхилення					
					2015/2014		2016/2015		2017/2016	
	2014	2015	2016	2017	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
Німеччина	29,75	165,30	492,68	2235,72	135,55	455,63	327,38	198,05	577,50	146,93
Швеція	43,61	256,70	420,60	2297,61	213,09	488,63	163,90	63,85	1077,65	146,93
Італія	34,11	1250,85	2150,10	3320,47	1216,74	3567,11	899,25	71,89	3200,78	132,40
Польща	26,74	220,60	713,90	1150,88	193,86	724,98	493,30	223,62	998,38	124,48
Литва	38,7	269,70	501,70	1240,35	231,00	596,90	232,00	86,02	568,48	119,49
Туреччина	75,72	2563,00	3299,20	3210,53	2487,28	3284,84	736,20	28,72	4192,03	127,94
Сербія	49,42	470,50	745,80	2410,53	421,08	852,04	275,30	58,51	324,38	47,4
Македонія	24,11	698,30	1102,30	1403,50	674,19	2796,31	404,00	57,85	1038,05	64,25
Всього	322,16	5894,95	9426,28	17269,6	5572,79	17329,82	3531,33	788,51	11977,25	909,82

* Джерело: складено та розраховано на підставі звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

В таблиці 2.9 наведена географічна структура імпорту продукції ТОВ «Гейзер» в 2014-2017 рр. В 2013 році експорту продукції ТОВ «Гейзер» не було. Як видно з табл. 2.12, загальний обсяг експорту продукції в 2015 році зростає на 1449,5 тис.грн., або на 2916,5% у порівнянні з 2014 роком. В 2016 році зростає на 1156,6 тис.грн., або на 77,1% у порівнянні з 2015 роком. Обсяг експорту продукції ТОВ «Гейзер» в 2017 році значно зростає (на 4801,3

тис.грн., або на 180,8%) у порівнянні з 2016 роком.

Таблиця 2.12

**Динаміка географічної структури імпорту ТОВ «Гейзер» за країнами
2014-2017 рр., %***

Країна	Рік				Відхилення					
					2015/2014		2016/2015		2017/2016	
	2014	2015	2016	2017	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
Німеччина	9,2	2,8	5,2	12,9	-6,4	-69,6	2,4	86,4	7,7	147,7
Швеція	13,5	4,4	4,5	13,3	-9,2	-67,8	0,1	2,5	8,8	198,2
Італія	10,6	21,2	22,8	19,2	10,6	100,4	1,6	7,5	-3,6	-15,7
Польща	8,3	3,7	7,6	6,7	-4,6	-54,9	3,8	102,4	-0,9	-12
Литва	12	4,6	5,3	7,2	-7,4	-61,9	0,7	16,3	1,9	34,9
Туреччина	23,5	43,5	35,0	18,6	20	85,0	-8,5	-19,5	-16,4	-46,9
Сербія	15,3	8	7,9	14	-7,4	-48,0	-0,1	-0,9	6,0	76,4
Македонія	7,5	11,8	11,7	8,1	4,4	58,3	-0,2	-1,3	-3,6	-30,5
Всього	100	100	100	100	0	0	0	0	0	0

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

Найбільше ТОВ «Гейзер» імпортує продукцію протягом 2014-2017 рр. з таких країн, як: Туреччина (2014 р. – 23,5%, 2015 р. – 43,5%, 2016 р. – 35,0%, 2017 р. – 18,6%) та Швеція (2014 р. – 13,5%, 2015 р. – 4,4%, 2016 р. – 4,5%, 2017 р. – 13,3%). Найменше ТОВ «Гейзер» імпортує продукцію з Польщі (2014 р. – 8,3%, 2015 р. – 3,7%, 2016 р. – 7,6%, 2017 р. – 6,7%)

Далі проаналізуємо обсяги експорту продукції ТОВ «Гейзер» за 2014-2017 рр. за асортиментом продукції (табл. 2.13.)

Аналізуючи товарну структуру експорту ТОВ «Гейзер», нескладно помітити, що провідне місце займає така продукція на експорт, як утеплювачі (2014 р. – 59,56%, 2015 р. – 60%, 2016 р. – 60%, 2017 р. – 40%). Частка настінних газових котлів була високою протягом 2014-2017 рр. (2014 р. – 15,09%, 2015 р. – 17%, 2016 р. – 20%, 2017 р. – 25%).

Таблиця 2.13

Динаміка обсягів експорту продукції ТОВ «Гейзер» за асортиментом товарів, за 2014-2017 рр., тис.грн*

Вид продукції	Рік				Відхилення					
					2015/2014		2016/2015		2017/2016	
	2014	2015	2016	2017	абс-не	темپ приросту, %	абс-не	темپ приросту, %	абс-не	темп приросту, %
Настінні газові котли	7,5	254,9	451,5	1864,3	247,4	3298,2	196,6	77,1	1412,8	312,9
Настінні газові конденсаційні котли	7,2	179,9	265,6	1118,6	172,7	2398,7	85,7	47,6	853,0	321,2
Утеплювач	29,6	899,5	1593,5	2982,8	869,9	2938,9	694,0	77,1	1389,4	87,2
Теплові насоси	0	0,0	26,6	372,9	0,0	0,0	26,6	0	346,3	1303,9
Димохідні системи	5,4	164,9	318,7	1118,6	159,5	2953,9	153,8	93,3	799,9	251,0
Всього	49,7	1499,2	2655,8	7457,1	1449,5	2916,5	1156,6	77,15	4801,3	180,8

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

В таблиці 2.14 наводиться товарна структура експорту продукції ТОВ «Гейзер» у відсотках в 2014-2017 рр. Товарна структура експорту продукції ТОВ «Гейзер» чітко відображає динаміку по кожному виду з асортиментних позицій за наведений період часу і тому це необхідно для детального аналізу міжнародної економічної діяльності в експортному напрямку підприємства ТОВ «Гейзер».

Частка утеплювачів знизилася в 2017 році у порівнянні з 2016 роком на 20% в загальному обсязі експортованої продукції.

Частка експорту продукції ТОВ «Гейзер» до Китаю знизилася в 2017 році у порівнянні з 2016 роком на 4% в загальному обсязі експортованої продукції підприємства. На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що обсяги імпорту за обсягом переважають обсяги експорту.

Найбільше ТОВ «Гейзер» експортує свою продукцію протягом 2014-2017 рр. до таких країн, як: Китай (2014 р. – 43,5%, 2015 р. – 53%, 2016 р. – 49%, 2017 р. – 45%) та Казахстан (2014 р. – 21,1%, 2015 р. – 25%, 2016 р. – 28%, 2017 р. – 30%)

Таблиця 2.14

Динаміка товарної структури експорту продукції ТОВ «Гейзер» в 2014-2017 рр., %*

Вид продукції	Рік				Абсолютне відхилення, +/-		
	2014	2015	2016	2017	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Настінні газові котли	15,1	17,0	17,0	25,0	1,9	0,0	8,0
Настінні газові конденсаційні котли	14,5	12,0	10,0	15,0	-2,5	-2,0	5,0
Утеплювач	59,6	60,0	60,0	40,0	0,4	0,0	-20,0
Теплові насоси	0,0	0,0	1,0	5,0	0,0	1,0	4,0
Димохідні системи	10,9	11,0	12,0	15,0	0,1	1,0	3,0
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

Розглянемо динаміку обсягів експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами за 2014-2017 рр. в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Динаміка обсягів експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами за 2014-2017 рр., тис. грн.

Країна	Рік				Відхилення			
	2014	2015	2016	2017	2015/2014		2016/2015	
					абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
Китай	21,6	794,58	1301,34	3355,7	772,98	3578,59	506,77	63,78
Казахстан	10,5	374,8	743,62	2237,13	364,3	3469,52	368,82	98,41
Польща	6,1	194,9	371,81	1118,57	188,8	3095,02	176,92	90,77
Словаччина	6,3	74,96	106,23	372,86	68,66	1089,84	31,27	41,72
Латвія	5,2	59,97	132,79	372,86	54,77	1053,23	72,82	121,43
Всього	49,7	1499,2	2655,8	7457,1	1449,5	2916,5	1156,6	77,15

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

В таблиці 2.16 наводиться географічна структура експорту продукції ТОВ «Гейзер» у відсотках в 2014-2017 рр.

Таблиця 2.16

Динаміка географічної структури експорту продукції ТОВ «Гейзер» в 2014-2017 рр., %

Країна	Рік				Абсолютне відхилення, +/-		
	2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Китай	43,5	53	49	45	9,5	-4	-4
Казахстан	21,1	25	28	30	3,9	3	2
Польща	12,3	13	14	15	0,7	1	1
Словаччина	12,7	5	4	5	-7,7	-1	1
Латвія	10,5	4	5	5	-6,5	1	0
Всього	100	100	100	100	100	0	0

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

При оцінці ефективності міжнародної економічної діяльності необхідно побудувати матрицю БКГ, яка дасть можливість зробити розрахунки додаткових необхідних показників і надати пропозицію по покращенню асортиментного портфелю імпортованої продукції. Відповідно разом з цим аналізом на основі матриць БКГ підприємство зможе розробити плани стосовно імпорту на найближчу перспективу.

Для побудови матриці БКГ складемо зведену таблицю 2.17.

Таблиця 2.17

Вихідна інформація для побудови матриці БКГ щодо реалізації імпортової продукції для ТОВ «Гейзер» за 2015-2017 рр.

Товар	Обсяг реалізації, тис.грн.			Темп зростання, %			Обсяг реалізації конкурента, тис.грн.			Відносна частка ринку, %		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Теплообмінники	256,3	433,39	2235,72	140%	7%	7%	15,7	17,2	32,4	16,32	25,2	69
Електричні бойлери	598,04	866,78	2297,61	162%	11%	8%	55,37	63,4	67,2	10,8	13,67	34,19
Полімерні матеріали	1196,1	1841,92	3320,47	123%	7%	5%	85,98	89,7	94,1	13,91	20,53	35,29
Запірна арматура	1452,4	2383,66	1150,88	136%	7%	5%	96,73	101,3	120,5	15,01	23,53	9,55
Твердопаливні котли	427,17	975,13	1240,35	171%	15%	7%	58,46	62,1	63,4	7,31	15,7	19,56
Автоматика	939,77	1408,52	3210,53	153%	8%	6%	75,49	78,9	85,6	12,45	17,85	37,51
Радіатори	1025,2	1516,87	2410,53	167%	9%	6%	87,51	91,5	96,7	11,72	16,58	24,93
Всього	5894,95	9426,27	15866,09	-	-	-	475,24	504,1	559,9	-	-	-

Джерело: складено автором

Мариця БКГ для ТОВ «Гейзер» за 2015 рік наведена на рис. 2.5. На основі рис.2.5, можна зробити такі висновки:

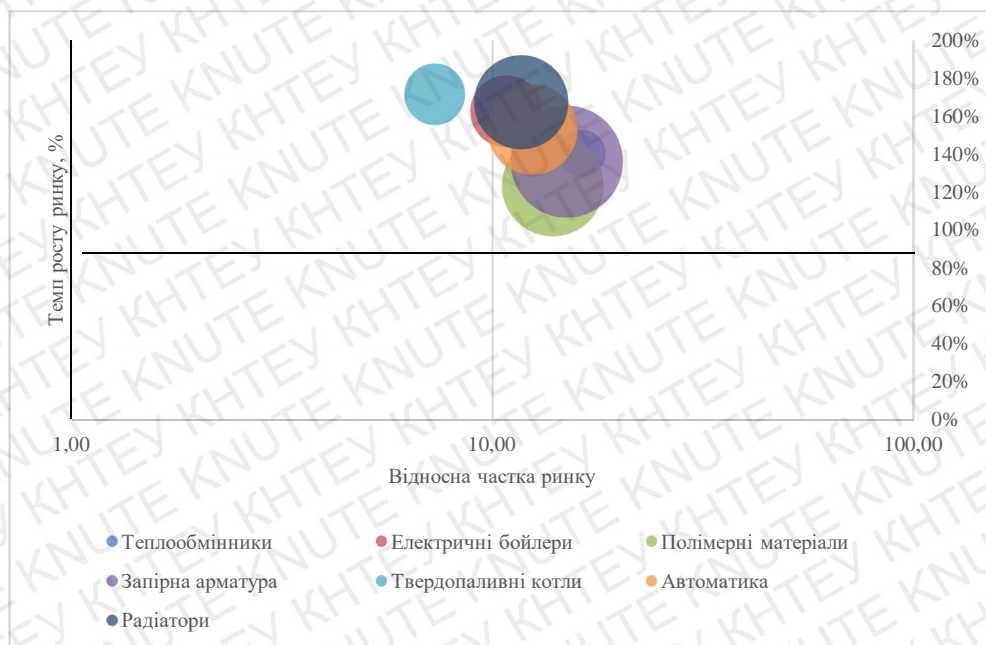


Рис.2.5. Мариця БКГ для ТОВ «Гейзер» за 2015 рік

Джерело: складено автором

У 2015 році до групи «Проблеми» - віднесено твердопаливні котли. Для розвитку цих найменувань потрібні інвестиції.

Схема розвитку: створення конкурентної переваги - поширення - підтримка. «Зірки» - Всі інші товари.

У компанії є такі категорії - і це плюс. На даному етапі потрібна лише підтримка. «Дійних корів» і «Мертвий вантаж» не виявлено.

Мариця БКГ для ТОВ «Гейзер» за 2016 рік наведена на рис. 2.6.

У 2016 році товарів, які знаходяться у групі «Проблеми» - не виявлено.

До групи «Зірки» - віднесено твердопаливні котли, електричні бойлери, радіатори, автоматика – це лідери на швидко зростаючому ринку. Завдання підприємства - підтримка і зміцнення даних продуктів.

На них повинні бути виділені кращі ресурси, тому що це стабільне джерело прибутку для ТОВ «Гейзер».

До групи «Дійні корови» - потрапили всі інші товари. Товари з відносно високою часткою ринку в повільно зростаючому сегменті.

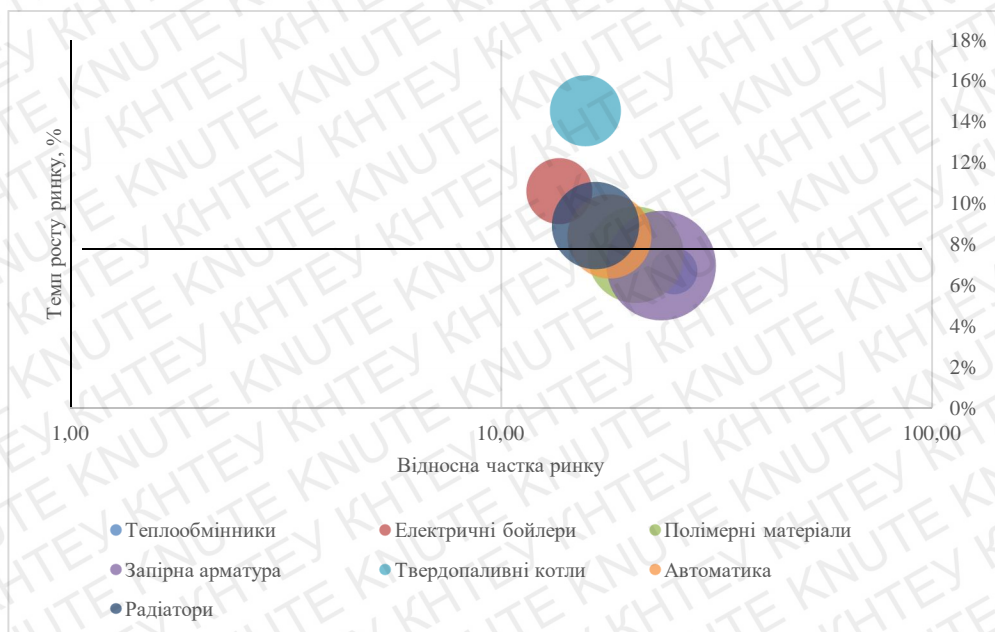


Рис.2.6. Матриця БКГ для ТОВ «Гейзер» за 2016 рік

Джерело: складено автором

На основі рис.2.6, можна зробити такі висновки:

Вони не потребують високих інвестицій і є основним генератором грошових коштів. Виручка від їх реалізації повинна йти на розвиток «зірок» або «диких кішок».

«Мертвий вантаж» не виявлено.

Матриця БКГ для ТОВ «Гейзер» за 2017 рік наведена на рис. 2.7.

На основі рис.2.7, можна зробити такі висновки:

У 2017 році товарів, які знаходяться у групі «Проблеми» - Запірна арматура.

Щоб зміцнити їх становище на ринку, потрібні значні фінансові вкладення.

Схема розвитку: створення конкурентної переваги - поширення - підтримка.

До групи «Зірки» - ввійшли всі інші товари. Завдання підприємства - підтримка і зміцнення даних продуктів. На них повинні бути виділені кращі ресурси, тому що це стабільне джерело прибутку для ТОВ «Гейзер».

Груп «Дійних корів» і «Мертвий вантаж» не виявлено.

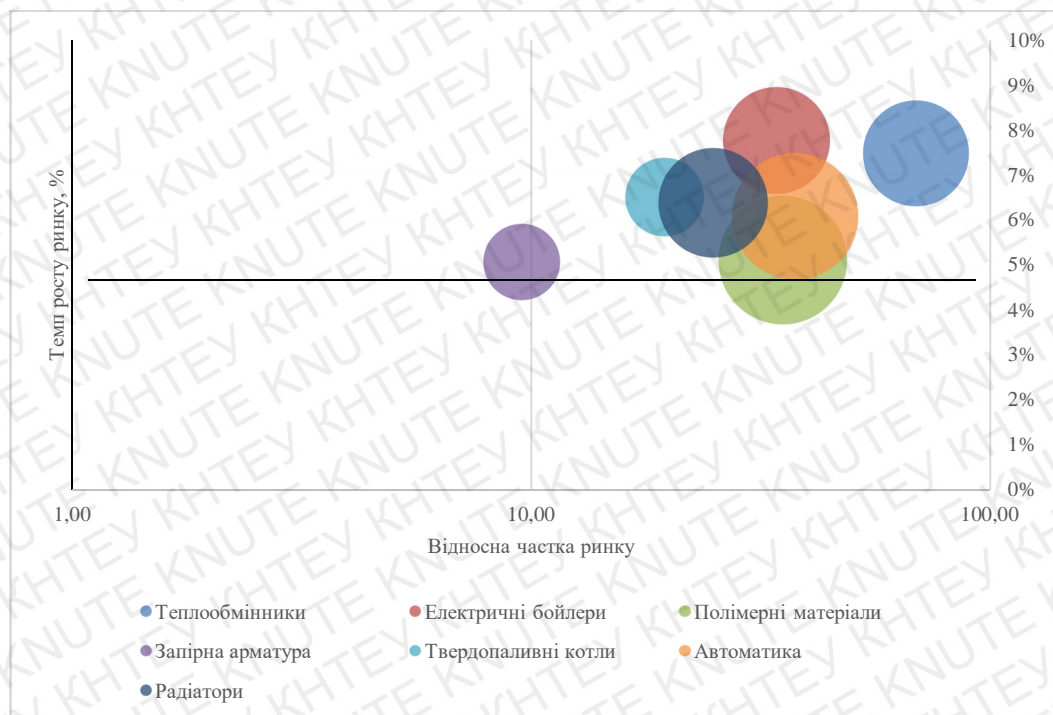


Рис.2.7. Матриця БКГ для ТОВ «Гейзер» за 2017 рік

Джерело: складено автором

Підприємство обрало таку стратегію здійснення зовнішньо економічної діяльності, яка розробляється в межах загальної стратегії ТОВ «Гейзер» (рис.2.8).

Співробітників, котрі відповідальні за реалізацію стратегії ЗЕД, стимулюють наступним чином:

- надбавка в розмірі 3% від суми окладу. Вона виплачується з Фонду економічного стимулювання при виконанні підприємством плану. Застосовується до усіх співробітників підприємства котрі приймали участь у виконанні запланованої роботи;
- при успішній реалізації 5-ти угод співробітникам відділу зовнішньоекономічних зв'язків призначається надбавка в розмірі 1,2% від суми окладу, котра діє на протязі поточного року;
- за успішну реалізацію зовнішньоекономічного контракту одноразово виплачується премія в розмірі 2% від суми окладу;
- перспективи кар'єрного росту.

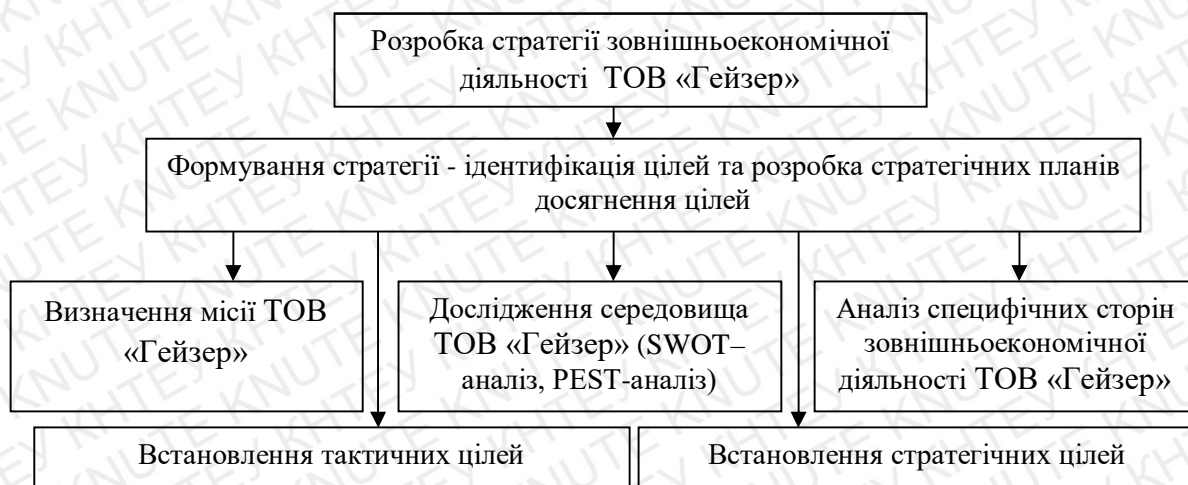


Рис.2.8. Етапи розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності на ТОВ «Гейзер»

Джерело: складено автором на основі інформації ТОВ «Гейзер»

Наведений перелік інструментів мотивації передбачено колективним договором підприємства. Цей договір переглядається та затверджується щорічно, але інструменти мотивації та умови їх застосування незмінні. Крім того, його дія розповсюджується на всіх співробітників підприємства. Відповідно до цього, комплекс заохочень гнучким не являється і зовсім не враховує специфіки діяльності пов'язаної зі стратегічним плануванням.

Проаналізуємо ефективність здійснення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» за 2014-2017 рр..

Вихідна інформація для аналізу показників ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» за 2014-2017 рр. наведена в таблиці 2.18.

Аналізуючи дані таблиці 2.18, перш за все слід зазначити, що на підприємстві протягом останніх чотирьох років спостерігається пасивне торговельне сальдо, тобто відбувається перевищення імпорту продукції над експортом.

Частка експорту продукції в сумі доходу від реалізації послуг становить в середньому за три роки 7,3%. Більше того, вона зростає достатньо швидкими темпами.

**Вихідна інформація для аналізу показників ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»
за 2014-2017 рр.**

Показник	Рік				Відхилення					
					2015/2014		2016/2015		2017/2016	
	2014	2015	2016	2017	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
Обсяги експорту продукції, тис. грн.	49,7	1499,2	2655,8	7457,1	1449,5	2916,5	1156,6	77,15	4801,3	180,79
Обсяги імпорту продукції, тис.грн.	322,16	5894,95	9426,28	17269,60	5572,79	1829,8	3531,33	159,90	7843,32	183,2
Чистий дохід від реалізації продукції, тис грн.	22418	29984	37940	74571	7566	33,75	7956	26,53	36631	96,55
Частка експорту продукції в чистому доході від реалізації,%	0,2	5	7	10	4,78	2155,33	2	40	3	42,86
Чистий дохід від реалізації імпортованої продукції на внутрішньому ринку, тис.грн	374,2	6436,3	10489,3	27543,5	6062,1	1620,02	4053	62,97	17054,2	162,59
Собівартість реалізованих товарів, тис грн.	21176	28478	36116	71345	7302	34,48	7638	26,82	35229	97,54
Собівартість експортованої продукції, тис.грн.	39,3	1060,37	2012,94	6007,45	1021,07	2698,14	952,57	89,83	3994,51	198,44
Частка імпорту в структурі реалізованої продукції, %	1,66	21,46	27,64	36,93	19,8	1292,77	6,18	28,79	9,29	33,61

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

Частка експорту у загальному обсязі реалізації продукції зросла на 3 %
(рис. 2.9).

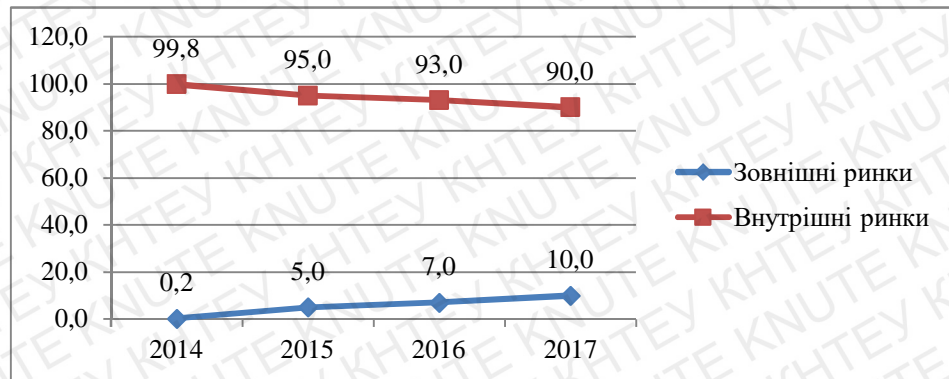


Рис. 2.9. Динаміка зміни частки реалізованої продукції ТОВ «Гейзер» на внутрішньому та зовнішньому ринках у 2015-2017 р., %

Динаміка частки імпорту у структурі продажу ТОВ «Гейзер» на внутрішньому ринку у 2013-2017 р. наведена на рис.2.10.



Рис. 2.10. Динаміка частки імпорту у структурі продажу ТОВ «Гейзер» на внутрішньому ринку у 2013-2017 р., %

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства

Як видно з рис.2.10, протягом 2013-2017 рр, частка імпорту в структурі продажу продукції ТОВ «Гейзер» на внутрішньому ринку зростала. Так, в 2013 році ТОВ «Гейзер» реалізувало на внутрішній ринок лише власну продукцію. В 2014 році частка імпорту в структурі продажу продукції підприємства на внутрішньому ринку зросла до 1,7%, в 2015 році до 22,6%, в 2016 році до 29,7%, а в 2017 році до 41%. В 2017 році

частка імпорту в структурі реального продажу продукції підприємства на внутрішньому ринку зросла на 11,3% у порівнянні з 2016 роком..

Так, в 2014 році питома вага експорту продукції в сумі доходу (виручки) від реалізації послуг становить лише 0,2%, в 2015 році - 5%, а в 2017 році – 10%. Це свідчить про тенденцію зростання обсягів продажу продукції за кордон, але, в свою чергу, сигналізує про більшу привабливість національних ринків для ТОВ «Гейзер». Питома вага імпорту продукції в структурі собівартості реалізованої продукції в середньому за чотири роки склала 19,58%. В 2017 році питома вага імпорту продукції в структурі собівартості продукції становить 30%, що на 14,94% більше за показник 2016 року. Це свідчить про зростаючу тенденцію підприємства на імпорт продукції.

Динаміка показників ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» за 2015-2017 рр. наведена в табл.2.19

При розрахунку показників ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» було використано формули 1.10, 1.11, 1.14, 1.7, що наведені у першому розділі дипломної роботи. Згідно даних таблиці 2.16, ефект експорту продукції протягом досліджуваного періоду зростає та становить на кінець 2017 р. 1449,65 тис грн, що на 806,79 тис грн. (або на 125,5%) більше за показник 2016 р. Ефект імпорту продукції зростає. Так, в 2016 р. він становив 1063,02 тис грн., а в 2017 р. він зріс на 5076,98 тис. грн (або 477,60%) та становив 6140,0 тис грн.

Як видно з розрахунків, ефективність експорту продукції протягом досліджуваного періоду була більша за 1, що говорить про те, що реалізація продукції на зовнішньому ринку є вигіднішою для ТОВ «Гейзер» порівняно з реалізацією всередині країни. Організація експортних операцій ТОВ «Гейзер» протягом 2014-2017 рр. є достатньо ефективною, але, для реалізації всіх можливостей підприємства, щодо розвитку міжнародної економічної діяльності, необхідно вирішити проблеми в організації та плануванні міжнародної економічної діяльності, включаючи реорганізацію структури підприємства.

Таблиця 2.19

Динаміка показників ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» за 2014-2017 рр.

Показник	Рік				Відхилення					
	2014	2015	2016	2017	2015/2014		2016/2015		2017/2016	
					абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
Ефект експортних операцій	10,4	438,83	642,86	1449,65	428,43	4119,52	204,03	46,49	806,79	125,50
Ефект імпорتنних операцій	52,04	541,35	1063,02	6140	489,31	940,26	521,67	96,36	5076,98	477,60
Ефективність експортних операцій	1,26	1,41	1,32	1,24	0,15	11,80	-0,09	-6,68	-0,08	-5,92
Ефективність імпорتنних операцій	1,16	1,09	1,11	1,29	-0,07	-6,00	0,02	1,92	0,17	15,65

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

В результаті проведеного аналізу, можемо виявити ряд недоліків у процесі планування та організації міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».

По-перше, не ефективна організація міжнародної економічної діяльності підприємства через дублювання деяких функцій відділів ЗЕЗ, маркетингу і комерційного відділу підприємства.

По-друге, це відсутність єдиного структурного підрозділу, який займався би суто плануванням міжнародної економічної діяльності.

По-третє, це неефективний контроль планування ЗЕД відділом зовнішньоекономічних зв'язків.

По-четверте, низький рівень матеріального заохочення працівників відділу зовнішньоекономічних зв'язків за високі результати виконання запланованих показників ЗЕД. Все це потребує певних змін, включаючи реорганізацію структури підприємства. Наведений перелік інструментів мотивації передбачено колективним договором підприємства. Цей договір переглядається та затверджується щорічно, але інструменти мотивації та

умови їх застосування незмінні. Крім того, його дія розповсюджується на всіх співробітників підприємства. Відповідно до цього, комплекс заохочень гнучким не являється і зовсім не враховує специфіки діяльності пов'язаної зі стратегічним плануванням.

Проаналізуємо ефективність здійснення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» за 2014-2017 рр.

Висновки до розділу 2

В Україні до малого бізнесу прийнято відносити підприємства з обмеженою кількістю працюючих: у промисловості та будівництві – до 100 осіб; в науково-технічних і сільгосппідприємствах – до 60 осіб; для організацій оптової торгівлі – не більше 50 осіб; роздрібною торгівлі – до 30 осіб. Разом з тим, частка мікропідприємств у загальній кількості підприємств зросла з 79,3% до 80,8% або на 1,5%. Кількість мікропідприємств у розрахунку на 10 тис. наявного населення за той самий період (2010-2016 рр.) впала з 66 до 58.

В 2017 році собівартість продукції ТОВ «Гейзер» зросла у порівнянні з 2016 роком на 97,54% та становила 71345 тис.грн. У 2017 році приріст собівартості продукції ТОВ «Гейзер» перевищує приріст чистого доходу через подорожчання необхідних для виробництва матеріалів як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Частка імпорту в структурі продажу продукції ТОВ «Гейзер» на внутрішньому ринку зростала і тому в 2013 році ТОВ «Гейзер» реалізувало на внутрішній ринок лише власну продукцію. В той самий час в 2014 році ця частка імпорту в структурі продажу продукції підприємства на внутрішньому ринку зросла до 1,7%, в 2015 році до 22,6%, в 2016 році до 29,7%, а в 2017 році аж до 41%. І на прикладі наведених таблиць і розрахунків чітко видно, що треба постійно робити відповідний аналіз ситуації на підприємстві, стосовно розвитку діяльності підприємства на майбутні періоди.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГЕЙЗЕР»

3.1. Визначення впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»

Проведемо аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність експортно-імпоротної діяльності ТОВ «Гейзер». Для більш детального дослідження факторів зовнішнього середовища слід побудувати матрицю PEST-аналізу (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Аналіз впливу зовнішнього середовища на ефективність експортно-імпоротної діяльності ТОВ «Гейзер» із застосуванням PEST – аналізу

Група факторів	Фактор	Напрямок впливу	Стан фактору
Політичні	Політична нестабільність	-	Масштабні проведення ООС на території України призводять до зниження рівня міжнародного іміджу України на світовому ринку опалювального обладнання
	Президентські та парламентські вибори	+/-	31 березня 2019 року відбудуться чергові президентські вибори, а 27 жовтня 2019 року відбудуться парламентські вибори в Україні. Можливе посилення євроінтеграційного і євроатлантичного курсу України
	Формування міжнародних транспортно-термінальних систем	+	Створення міжнародних логістичних центрів у вузлі Чоп-Захонь
	Євроінтеграція	+	Україна вступила в новий етап адаптації вітчизняного законодавства до законодавства ЄС, розпочавши переговорний процес з Європейським Союзом щодо укладання нової Угоди про вільну торгівлю з метою подальшого набуття права у безперешкодному пересуванні товарів, послуг, робочої сили та капіталів. Нині у розвитку ринку задіяні усі 27 учасників Співдружності, що є свідченням розгалуженої системи економічних відносин між Україною та Європейським Союзом

Джерело: складено автором

В таблиці 3.2 розглянемо наступний ряд економічних факторів

Таблиця 3.2

PEST – аналіз економічних факторів

Група факторів	Фактор	Напрямок впливу	Стан фактору
Економічні	Членство у СОТ	+	Підвищення міжнародного іміджу України на світовому ринку опалювального обладнання. Завдяки лібералізації торгівлі послугами та товарами, а також разом зі зниженням ввізних мит на товари економіка України почала набувати вагомості на світовому ринку
	Податкове законодавство	+/-	1 січня 2017 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні» від 21 грудня 2016 року № 1797-VIII
	Зміни в оподаткуванні	+/-	З 1 січня 2014 року знижена ставка податку на прибуток до 18%. 25 грудня 2015 року Верховна Рада України прийняла закон, яким внесла зміни до Податкового кодексу України. [82]
	Загальна економічна ситуація в країні Рівень інфляції	-	У квітні 2018 року рівень інфляції в Україні склав 0,80%, що на 0,30 менше, ніж в березні 2018 року і на 0,10 менше, ніж в квітні 2017 року. Разом з цим, інфляція з початку 2018 року склала 4,37%, а в річному численні - 13,11% [76]
	Комунальні витрати і тарифи на обслуговування	-	Тенденційне зростання комунальних витрат і тарифів на обслуговування. З 01.11.2018 року зростання вартості газу становитиме 23,5%, до 8550 грн за тисячу кубометрів. До підвищення ціна газу для населення становила 4942 грн за тисячу кубометрів, а з урахуванням податку на додану вартість і зборів, які включають транспортування, – 6958 грн за тисячу кубометрів [127]
	Кон'юнктура міжнародного ринку опалювального обладнання	-	Жорстка конкуренція на міжнародному ринку опалювального обладнання, зростання числа потенційних конкурентів
	Збільшення рівня безробіття	-	У I кварталі 2018 року в Україні рівень безробіття серед економічного активного населення (розрахований за методологією МОП) становив 9,7%, або знизився на 0,4 відсоткових пункти порівняно з I кварталом минулого року[76]

Джерело: складено автором

В таблиці 3.3 розглянемо наступний ряд соц. та технологічних факторів

Таблиця 3.3

PEST – аналіз соціальних та технологічних факторів

Група факторів	Фактор	Напрямок впливу	Стан фактору
Соціальні	Рівень заробітної плати.	-	За I квартал 2018 року номінальні доходи населення склали 657,9 млрд грн, що на 23,6 % більше порівняно з відповідним періодом попереднього року. Наявний дохід, який може бути використаний населенням на придбання товарів та послуг, збільшився на 25,2 %, а реальний наявний, визначений з урахуванням цінового фактору - на 10,0 % [76]
Технологічні	Імідж підприємства на ринку роздрібною торгівлі	-	ТОВ «Гейзер» вже встигло завоювати велику прихильність споживачів даного сегменту ринку
	Інновації продукту	+	Висока інформаційна обізнаність про ступінь наукових розробок в галузі.
	Інші технологічні інновації	+/-	Оновлення процесів відповідно до розвитку технологій і вимог міжнародного ринку.

Джерело: складено автором

Податкове законодавство має позитивний вплив на ефективну логістичну діяльність ТОВ «Гейзер», так як після прийняття ПКУ податок на прибуток щорічно зменшувався до рівня 18% у 2015 р., також зменшилась частка сплати відрахувань у пенсійний фонд, а отже зменшується податкове навантаження, що дозволяє отримувати більші прибутки.

Виділимо основні фінансово-економічні показники ТОВ «Гейзер» які найбільшою мірою відчують вплив податкової системи. До таких показників варто віднести прибуток, який безпосередньо змінюється під впливом податків, вартість основних фондів, які, з одного боку, оподатковуються у процесі їх придбання, а з іншого – податковий тягар впливає на можливості їх відтворення, власний капітал який формується за рахунок прибутку підприємства й акціонерного капіталу. Дані види капіталу безпосередньо стосуються оподаткування. Фінансові інвестиції

безпосередньо пов'язані з формуванням основних фондів, сама інвестиційна діяльність, як правило, здійснюється за рахунок прибутку, відповідно, цей показник безпосередньо пов'язаний із розмірами податку.

Інфляція в країні негативно впливає на будь-яке підприємство в Україні, в тому числі і на ТОВ «Гейзер». В умовах нестабільної економіки та росту курсу долару підприємству потрібно вчасно реагувати зміною цін, однак підвищення цін призводить і до втрати покупців. Ігнорування впливу інфляційних процесів на величину власного капіталу в процесі господарської діяльності неминуче призведе до недостовірних результатів. Інфляція – це процес, який характеризується підвищенням загального рівня купівельної спроможності цін або зниженням купівельної спроможності грошей. При цьому необхідно розрізнити інфляцію попиту та інфляцію витрат. Перша пов'язана з підвищенням сукупного попиту, зростання якого викликане збільшенням грошової маси, друга – з падінням обсягів національного виробництва. В обох випадках спостерігається зростання загального рівня цін, викликаючи збитки за грошовими активами і значну зміну вартості активів і пасивів. При інфляції деформується структура капіталу, частка власного капіталу в підсумку ресурсів, як правило, знижується до мінімальної величини.

Загроза дефолту України, подальше знецінення гривні, відсутність золотовалютних резервів для її підтримки призводить до нестабільності макроекономічної ситуації та має негативний вплив на діяльність ТОВ «Гейзер».

Наразі в складних економічних умовах населення України зацікавлене в трудовій діяльності, а зростання рівня заробітної плати дозволяє зробити висновок про позитивну динаміку даного фактору. Зважаючи на інфляцію більшість споживачів прагне вкласти гроші в товари чи послуги, що зумовлює зростання кількості потенційних клієнтів ТОВ «Гейзер».

Таким чином, провівши PEST – аналіз, можна зробити висновки, що є ряд факторів, які гостро впливають на міжнародну економічну діяльність

ТОВ «Гейзер». До них в основному належать нестабільна політична та економічна ситуація в країні. Основними ризиками міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» є економічні (інфляція, зокрема, зростання курсу долара), політичні (зростання невпевненості в умовах ведення бізнесу). Фактори, які позитивно впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер», це, в основному розширення асортименту продукції, мотивація трудової діяльності в товаристві.

Для оцінки впливу факторів внутрішнього середовища на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер» за низкою позицій використаємо SNW-аналіз. Кожна позиція отримує одну з трьох оцінок: сильна (Strength); нейтральна (Neutral); слабка (Weakness). SNW-аналіз впливу внутрішніх факторів на діяльність ТОВ «Гейзер» приведений у додатку А.

З проведеного дослідження видно, що найбільш важливими сторонами ТОВ «Гейзер», що впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності є діловий стиль керування, ефективність діяльності та висока мотивація співробітників, розвинута система стратегічного планування, ефективне дослідження ринку; висока кваліфікація працівників; ефективна система контролю; ефективна взаємодія різних структурних підрозділів у процесі досягнення цілей підприємства.

Суттєвою перевагою є те, що підприємство займає велику частку на ринку і утримується у своїй ніші, при цьому відбувається ріст фінансових показників.

Потенційні внутрішні слабкі сторони ТОВ «Гейзер» - це те, що кваліфікація менеджерів середнього рівня не зовсім дозволяє їм справлятися з питаннями планування і контролю та поки що не має можливості для виходу на нові ринки.

Отже, проведений аналіз внутрішнього середовища показав, що ТОВ «Гейзер» є перспективним підприємством, яке розвивається, має високий рівень управління, організаційну структуру, яка адекватно відповідає потребам в управлінні, професійний персонал з низьким рівнем плинності та

високим рівнем вмотивованості, середньою маркетинговою активністю, позитивною динамікою росту фінансових результатів та зростанням активів. Серед найбільш важливіших і впливовіших, сильних і слабких сторін ТОВ «Гейзер», які впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності можна виділити забезпеченість власними активами, компетентне керівництво, наявність оборотних коштів, добра репутація на ринку.

Проведемо аналіз стратегії ТОВ «Гейзер» методом SWOT-аналізу, що дає можливість проаналізувати внутрішнє середовище та виявити його сильні та слабкі сторони, а також зовнішнє середовище діяльності ТОВ «Гейзер», в якому існують визначені можливості та загрози. Результати аналізу наведені у таблиці 3.4.

Спираючись на інформацію, наведену в таблиці можемо дійти висновку, що сильні сторони ТОВ «Гейзер» переважають над слабкими, а більшість загроз можуть бути нейтралізовані за рахунок сильних сторін. Так, основна слабка сторона ТОВ «Гейзер» пов'язана з високим рівнем залежності від постачання імпортного обладнання і сировини.

Компанія вкладає великі кошти в навчання і підвищення кваліфікації персоналу. Основна задача підвищення кваліфікації – формування команди професіоналів, що зможе забезпечити компанії конкурентні переваги на ринку. ТОВ «Гейзер» може підтримувати свою лідируючу позицію на ринку за рахунок перелічених вище сильних сторін. Подальший розвиток компанії може бути забезпечений за рахунок ефективного використання наявних зовнішніх можливостей.

Так, наприклад для зайняття провідних позицій у нових сегментах ринку слід проводити регулярний моніторинг ринку для оперативного реагування на появу нових потреб.

Спрогнозуємо обсяги імпорту та експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами на 2019-2021 рр.

Матриця SWOT-аналізу ТОВ «Гейзер»

Внутрішні сильні сторони	Зовнішні можливості
<ul style="list-style-type: none"> – наявність потужних брендів, позитивна репутація та лояльність споживачів до продукції; – висока якість продукції, підтверджена сертифікатами якості; – широкий асортимент продукції; – активне впровадження інновацій; – висока технологічна оснащеність виробництва, їх регулярна модернізація; – використання новітніх технологій виробничих ліній та устаткування; – великий досвід роботи на вітчизняному ринку; – налагоджена збутова мережа; – великий рекламний бюджет; – постійний аналіз споживчих переваг – висока кваліфікація персоналу. 	<ul style="list-style-type: none"> – зростання купівельної спроможності споживачів; – послаблення торговельних бар'єрів при виході на зарубіжний ринок; – розширення присутності на ринках СНД та Балтії; – вихід на ринки Європи; – входження в нові сегменти ринку та обслуговування нових додаткових груп споживачів; – послаблення фінансового стану деяких конкурентів внаслідок економічної нестабільності.
Внутрішні слабкі сторони	Зовнішні загрози
<ul style="list-style-type: none"> – висока залежність від постачальника продукції; – висока собівартість продукції; – відсутність спеціалізованих магазинів; – не вся продукція, що вперше випускається, відразу знаходить широкий попит у населення; – не достатній обсяг фінансових ресурсів 	<ul style="list-style-type: none"> – наявність конкурентів; – ймовірність появи нових конкурентів через популярність галузі; – недобросовісна конкуренція; – зміна потреб і смаків споживачів; – зростанні продажу товарів-замінників; – перебої в постачанні продукції; – нестабільність цін на продукцію; – сезонне падіння попиту на продукцію

Джерело: складено автором

Для прогнозування обсягів імпорту та експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами використаємо методологію екстраполяції, за якої висновки про значення прогнозних показників у майбутніх періодах робляться на основі вивчення їх динаміки у попередніх періодах. Необхідним елементом при цьому є побудова та аналіз так званого ряду динаміки, який класифікує значення показників у часі у розрізі окремих періодів та описує динаміку їх розвитку. Мета прогнозу за методом екстраполяції – показати, до яких результатів можна дійти в майбутньому, якщо рухатися до нього з тією самою швидкістю або прискоренням, що й у минулому. Прогноз визначає очікувані варіанти економічного розвитку виходячи з гіпотези, що основні

фактори і тенденції минулого періоду зберуться на період прогнозу або що можна обґрунтувати і врахувати напрямок їхніх змін у розглянутій перспективі.

Методи екстраполяції поділяються на три групи, а саме: методи визначення середніх величин; екстраполяція тренду; експоненціальне згладжування. Аналіз показує, що жоден з існуючих методів не може дати достатньої точності прогнозів на 20-25 років. Метод екстраполяції також не дає точних результатів на тривалий термін прогнозу, тому що прогноз виходить з минулого і сьогодні, і тим самим похибка накопичується. Проте цей метод дає позитивні результати при прогнозуванні тих чи інших явищ на термін до 5 років, тому саме цей метод було обрано для прогнозу обсягів імпорту та експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами.

Для прогнозування обсягів імпорту та експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами використовуємо метод визначення середніх величин. Середні величини обчислюють здебільшого за алгоритмом середньої арифметичної зваженої та середньої геометричної зваженої.

Середні величини (прості арифметичні, зважені арифметичні, середні хронологічні, середні геометричні, середні гармонічні, середні квадратичні) використовують в аналізі для узагальнюючої характеристики масових однорідних показників (середня заробітна плата робітника, середня кількість працівників, середня ціна реалізації тощо). Через середню величину характеризують загальний рівень аналізованої ознаки, коли вона схильна до значних коливань. Обов'язковою умовою для використання способу середніх величин є якісна однорідність сукупності явищ і фактів, які вивчатимуться.

Прогнозні показники досить часто розраховують як середнє значення відповідних показників у попередніх періодах. Середні величини обчислюють здебільшого за алгоритмом середньої арифметичної простої чи середньої арифметичної зваженої та середньої геометричної зваженої. Найпоширенішим у процесі прогнозування є метод визначення ковзної середньої, за використання якого прогнозні показники розраховують як

середні величини відповідних показників за n попередніх періодів (а не з використанням усіх значень аналізованого ряду динаміки). Кожні наступні прогнозні показники розраховують на основі значень, одержаних в 3, 4, ... n попередніх періодах, заміною значень найвіддаленіших періодів на нові [5].

У разі, якщо ковшну середню обчислюють як середню геометричну (X), використовують такий алгоритм її розрахунку:

$$X = \sqrt[n]{X_1 * X_2 * \dots * X_n} \quad (3.2)$$

де n – досліджуваний інтервал ряду динаміки;

X_n – значення досліджуваного показника в n -му періоді.

Розрахунок прогнозних обсягів імпорту та експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами за допомогою середньої геометричної наведений у табл. 3.5-3.6. Отже, згідно прогнозних даних, наведених в табл.3.4-3.5, обсяги імпорту та експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами в 2018-2020 рр. за незмінних умов діяльності значно зростатимуть. Так, згідно прогнозу, значно зростуть обсяги імпорту продукції до таких країн як Італії та Туреччини. Обсяги експорту продукції до таких країн як Китай та Казахстан.

Здійснення надійного та адекватного прогнозу є ефективним інструментом у плануванні зовнішньоекономічної діяльності підприємства, завдяки чому можна своєчасно реагувати на зміни та запобігти небажаних результатів.

Методи екстраполяції тенденції сьогодні при короткостроковому прогнозуванні є найпоширенішими з усієї сукупності методів прогнозування.

Обумовлено це високим рівнем розробленості методичного апарату, відносно нескладним інструментарієм дослідження, швидкістю розрахунків в оперативному режимі часу.

На основі методу екстраполяції підприємство може здійснити прогноз зовнішньоекономічної діяльності на найближчий період, що має велике значення для стратегічного планування розвитку підприємств.

Таблиця 3.5

**Прогнозування обсягів імпорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами за допомогою середньої геометричної,
тис.грн**

Країна	Факт 2017	Відхилення, %		Т _{сер}	План 2018	Прогноз		
		2016/ 2015	2017/ 2016			2019	2020	2021
Німеччина	2235,72	2,98	4,54	3,678	8222,97	30244,08	111237,72	409132,33
Швеція	2297,61	1,64	5,46	2,992	6874,44	20568,32	61540,41	184128,90
Італія	3320,47	1,72	1,54	1,627	5402,40	8789,70	14300,84	23267,46
Польща	1150,88	3,24	1,61	2,283	2627,45	5998,46	13694,48	31264,49
Литва	1240,35	1,86	2,47	2,143	2658,07	5696,24	12207,04	26159,68
Туреччина	3210,53	1,29	0,97	1,118	3589,37	4012,91	4486,43	5015,82
Сербія	2410,53	1,59	3,23	2,266	5462,26	12377,48	28047,36	63555,31
Македонія	1403,50	1,58	1,27	1,416	1987,35	2814,08	3984,73	5642,37

Джерело: складено автором на основі даних імпорту

Таблиця 3.6

**Прогнозування обсягів експорту продукції ТОВ «Гейзер» за країнами на 2018-2020 рр. за допомогою
середньої геометричної, тис.грн**

Країна	Факт 2017	Відхилення, %		Т _{сер}	План 2018	Прогноз		
		2016/ 2015	2017/ 2016			2019	2020	2021
Китай	3355,70	1,64	2,58	2,056	6899,31	14184,98	29164,31	59961,82
Казахстан	2237,13	1,98	3,01	2,441	5460,83	13329,88	32538,23	79425,81
Польща	1118,57	1,91	3,01	2,397	2681,21	6426,86	15405,18	36926,21
Латвія	372,86	1,42	3,51	2,232	832,22	1857,51	4145,96	9253,78

Джерело: складено автором на основі даних експорту

Однак, варто пам'ятати, що прогнози не можуть бути виконані з великою точністю, тому що може відбутися багато подій, які спричинять невідповідність між дійсністю і прогнозом. Тому очікувані прогнозні показники будуть вважатися доцільними при сталих умовах функціонування підприємства.

Також особливо важливим є подальше розширення присутності ТОВ «Гейзер» на зарубіжних ринках. Так, перспективним шляхом вирішення проблеми значних ставок ввізного мита на продукцію в Росії та Білорусії є розширення мережі закордонних виробничих підрозділів ТОВ «Гейзер». Не менш важливим залишається і налагодження постійних експортно-імпортних поставок до інших країн СНД та Європи.

3.2. Заходи по удосконаленню міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»

На основі того, що підприємство реорганізує відділ ЗЕД, необхідно також дати рекомендація щодо діяльності цього відділу. Тому розрахувавши прогноз обсягів імпорту, можна сказати, що рівень обсягу слід буде залишити на тому ж рівні. Зокрема це видно в таб. 3.4. І на базі раніше побудованих матриць БКГ виокремити ті види продукції по яким прогноз зростатиме.

Що стосується прогнозу обсягів експорту, що наведено в таб 3.5, то він зростає і тому є зміст шукати нові ринки збуту з відповідними посередниками в країнах куди буде здійснюватися експорт продукції. Тому треба вводити інновації в структурі підприємства і в продукції, щоб нарощувати обсяги діяльності в ЗЕД і відповідно збільшувати кількість міжнародних зв'язків, що сприятимуть міжнародним економічним відносинам.

За сучасних умов розширення процесів інтеграції та глобалізації на теренах міжнародної торгівлі все більшого значення для підприємств, в тому числі і ТОВ «Гейзер», основною діяльністю яких є здійснення зовнішньоекономічних відносин, набуває раціоналізація системи планування

такої діяльності. Даний напрямок здійснення управлінської діяльності для суб'єкта господарювання є безпосереднім джерелом отримання додаткового прибутку за умов оптимального поєднання та використання наявних ресурсів (фінансових, трудових, матеріальних), повнішого користування перевагами міжнародної інтеграції. Тому саме така орієнтація підприємства ТОВ «Гейзер» дозволить її керівникам визначити пріоритетні напрямки розвитку зовнішньоекономічної діяльності й будувати більш міцні стосунки зі своїми торговельними партнерами. Реформована структура відділу ЗЕД наведена на рис. 3.1. В умовах зростання кількості ринків збуту ТОВ «Гейзер», нерозгалуженого асортименту продукції, реалізованого на одному ринковому сегменті, зростання обсягів експорту та імпорту ТОВ «Гейзер», визначено доцільним сформувати підрозділ, що займається управлінням ЗЕД так, щоб маркетингова і збутова діяльність по регіональних ринках проводилася паралельно і складала єдину систему, яка відповідає за експортно-імпортні операції на певному ринку. Схема пропонованого функціонального спрямування міжнародної економічної діяльності відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» наведена на рис. 3.2.

Запропоновану схему доцільно використовувати на ТОВ «Гейзер», оскільки підприємство має достатньо розгалужену географію експортно-імпортних операцій, як в країни близького зарубіжжя, так і на ринки країн ЄС та країн азійського та балканського регіонів. Розгалуження структури по регіонах зумовлено специфікою роботи на них, певними особливостями політичної, економічної ситуації, які потрібно досконало вивчати. Таким чином, полегшується навантаження на працівників відділу, пропонуючи їм ефективно займатися організацією зовнішньоекономічної діяльності в певному напрямку. Отже, у результаті аналізу організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» було зроблено висновок про напрямки підвищення її ефективності за рахунок часткової реорганізації відділів, відповідальних за зовнішньоекономічні зв'язки.



Рис. 3.1. Реформована структура відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер»

Джерело: складено автором

Ця реорганізація полягає у відокремленні експортно-імпортних операцій, що здійснюються з країнами близького (СНД) та далекого (країни ЄС, Азії) зарубіжжя з об'єднанням функцій маркетингового та збутового відділів.

Також об'єднати обслуговування напрямків експортно-імпортних операцій пропонується в підрозділах, що займаються валютно-фінансовим, митним та транспортним забезпеченням експортно-імпортних операцій.

Побудова організаційної структури зовнішньоекономічної діяльності саме таким чином дозволить розвантажити спеціалістів збутового підрозділу, що сприятиме більш докладному вивченню становища та особливостей кожного регіону та повнішому задоволенню потреб покупців стосовно

якості, ціни експортованої та імпортованої продукції, вимог до транспортування. Також, одним з шляхів покращення розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ТОВ «Гейзер» має бути удосконалення організаційно-економічного механізму управління ЗЕД. Для цього пропонується виокремити функцію з планування шляхом надання відповідних обов'язків окремій людині, що буде підпорядковуватися керівнику відділу ЗЕД. Його головне завдання полягатиме в плануванні ЗЕД як елемента єдиної цілісної системи внутрішньо-фірмового управління. Він створюється для розробки, впровадження і контролю за тактичними і стратегічними планами у ЗЕД ТОВ «Гейзер».

Функція планування зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» буде здійснювати стратегічне, поточне та тактичне планування ЗЕД підприємства. Приклад положення про відділ планування ЗЕД наведено в Додатку Ж.

Рівень керівників підприємства, в тому числі і керівника нового запропонованого підрозділу планування зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства. На цьому рівні розробляється стратегія ЗЕД та визначаються довгострокові цілі, що спрямовані на вирішення проблем на рівні всього підприємства. Вони охоплюють такі сфери, як міжнародний ринок, нововведення на зовнішньому ринку, людські, матеріальні і фінансові ресурси, продуктивність ЗЕД, прибуток, соціальна відповідальність, тощо.

Стратегічне планування ЗЕД – це можливість передбачити в довгостроковій перспективі основні елементи зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер». Під час стратегічного планування відповідно будуть формуватися стратегічні плани ЗЕД ТОВ «Гейзер», що представляють собою довгострокові плани, в яких зазначаються головні цілі зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а також його основні перспективні напрями розвитку, дотримання яких сприятиме досягненню головної мети підприємства.

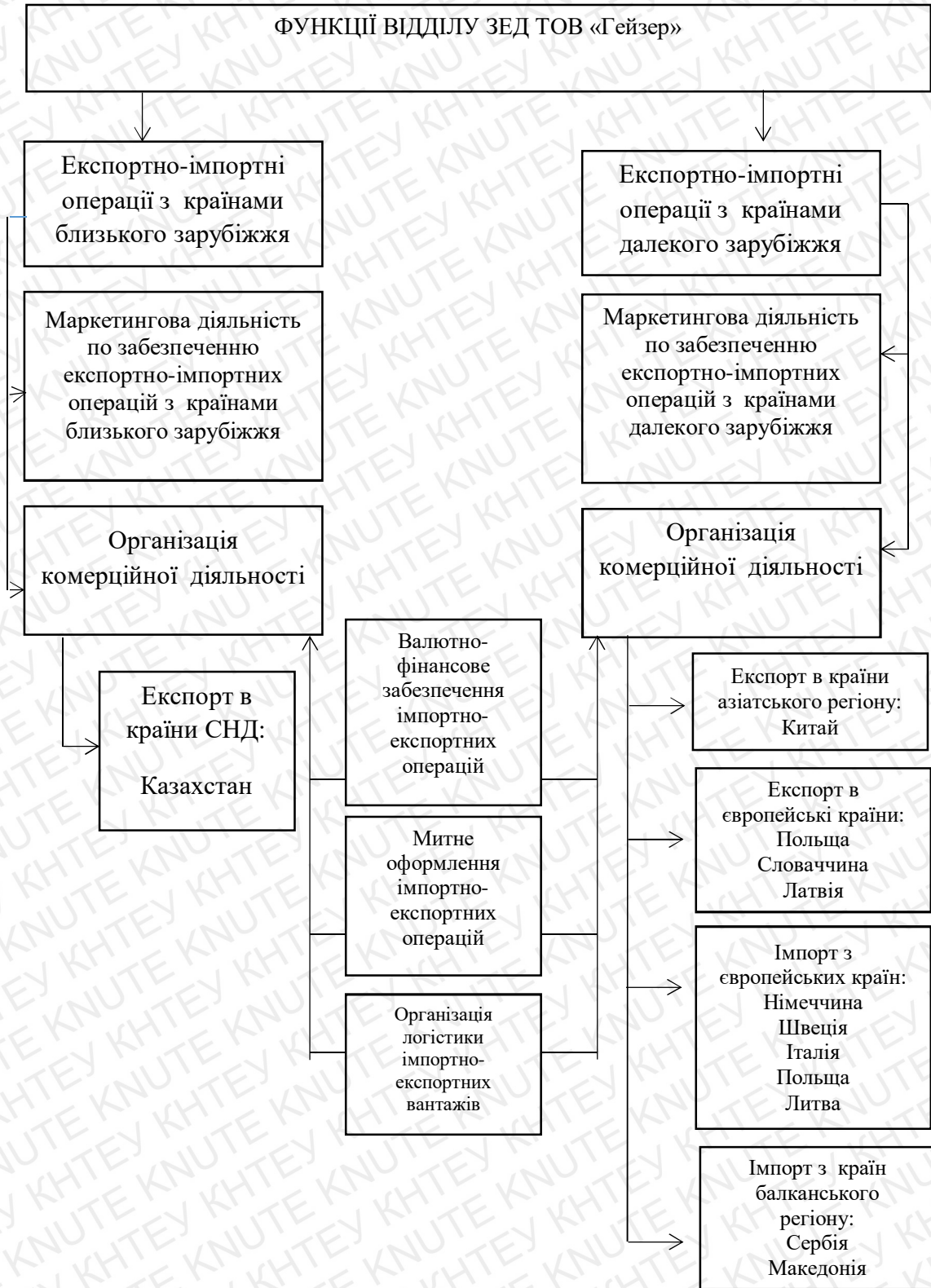


Рис. 3.2. Пропоноване функціональне спрямування міжнародної економічної діяльності відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер»

Джерело: складено автором

Найвищий стратегічний рівень планування ЗЕД ТОВ «Гейзер» – це саме розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності є одним з найскладніших процесів, адже менеджерам потрібно враховувати усі аспекти багатьох держав, а саме, уряд, коливання валют, відмінні системи бухгалтерського обліку, різні політичні та правові системи, а також широке розмаїття мов і культур.

Наступним рівнем планування ЗЕД, нижчим за ступенем від стратегічного, є поточний рівень планування, що передбачає встановлення поточних цілей, спрямованих на вирішення оперативних проблем та опис результатів, необхідних для досягнення стратегічної мети підприємства ТОВ «Гейзер» у сфері ЗЕД. Даний рівень буде входити в компетенцію менеджерів середньої ланки. Як правило, на даному рівні планування ЗЕД реалізується бюджетне планування зовнішньоекономічної діяльності, що передбачає розроблення бюджетів на підприємстві різних видів, зокрема для зовнішньоекономічної діяльності, а також формування моделі їх поєднання для отримання загальних бюджетів підприємства. Бюджетне планування сприяє розробці оптимальних та раціональних механізмів реалізації сформованих на стратегічному рівні заходів з метою мінімізації витрат та максимізації вигоди. Бюджетне планування зовнішньоекономічної діяльності може бути як складовим процесом бюджетного планування організації, так і самостійним, у тому випадку коли тільки зовнішньоекономічна сфера діяльності підлягає бюджетуванню.

Найнижчим, але не менш важливим рівнем планування ЗЕД є тактичний рівень, на якому встановлюються тактичні цілі, пов'язані з вирішенням оперативних задач зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер». На тактичному рівні приділяється головна увага конкретним короткостроковим цілям, що є невід'ємними складовими поточної та стратегічної мети. Основним завданням такого планування є забезпечення ефективного та оптимального використання ресурсів задля реалізації певних завдань у сфері ЗЕД ТОВ «Гейзер».

Тактика являє собою постановку тактичних короткострокових цілей і розробку короткострокових планів, які в свою чергу визначають сукупність практичних способів, необхідних для здійснення намічених цілей. Тактику підприємства ТОВ «Гейзер» формуватимуть менеджери середньої та нижчої ланки, адже вони будуть безпосередньо задіяні в оперативних процесах і максимально обізнані в недоліках та перевагах конкретної сфери діяльності.

Планування ЗЕД ТОВ «Гейзер» на тактичному рівні – це робота менеджерів ЗЕД по реалізації тактичних рішень протягом окресленого періоду, зазвичай року. Тактичні рішення є складовими поточної та стратегічної діяльності підприємства, а тому є надзвичайно відповідальними та потребують кваліфікованих виконавців. Тактичні плани не мають суперечити головній стратегічній меті підприємства, а навпаки повинні бути інструментарієм її виконання.

Ефективне тактичне планування ЗЕД – основна умова успіху зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер». Даний вид планування потребує кваліфікаційних управлінців та спеціалістів, що слугуватиме запорукою позитивного результату. Задля забезпечення єдності стратегічних цілей та вирішення тактичних завдань необхідно залучати безпосередніх виконавців до опрацювання тактичних рішень для кращого розуміння всього процесу планування.

Отже, основні завдання модернізованого підрозділу ЗЕД будуть полягати у наступному:

1. Розробляти поточні та перспективні плани зовнішньоекономічної діяльності підприємства, приймати стратегічні рішення з орієнтацією на ринок (умови попиту та конкуренції).
2. Визначати сегменти ринку з метою вибору варіанту орієнтації виробничо-збутової політики, уточнення характеру і диференціації попиту.
3. Організовувати роботу з вивчення кон'юнктури цін та вироблення форм взаємовідношень (контрактна довгострокова основа, одноразова закупівля тощо).

4. Вести облік виконання всіх зовнішньоекономічних договорів з експорту продукції підприємства та імпорту товарів за бартерними контрактами.

5. Організувати пошук вірогідних джерел інформації щодо кон'юнктури світового ринку та продукції підприємства з метою подальшого просування її на світовий ринок.

Організаційна структура управління підприємством залишиться лінійно-функціональною, однак ускладниться появою ще одного підрозділу, що ввійде до відділу ЗЕД. Модернізація підрозділу зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» сприятиме стабілізації та зміцненню стратегічних позицій ТОВ «Гейзер» на міжнародних ринках, зумовлюватиме гнучкість реакції підприємства на вплив зовнішніх факторів.

В процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» повинно здійснювати постійний зв'язок з іншими структурними підрозділами підприємства, які наведено і таблиці додатку І.

У цілому варто зазначити, що для подолання певних проблем в організації та управлінні зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» в процесі організації, планування та управління зовнішньоекономічною діяльністю варто дотримуватися певних принципів. Їх було сформулювано та виокремлено в роботі М.Д. Домашенко [29]. До цих принципів належать як основні принципи, так і додаткові. Всі вони призначені допомогти більш ефективному та продуктивному управлінню зовнішньоекономічною діяльністю. Серед основних принципів наведемо наступні [29]:

1) Принцип орієнтації підприємства на роботу в напрямку ЗЕД – передбачає орієнтацію підприємства на постійний пошук та використання нових методів для роботи в напрямку ЗЕД, ефективне використання потенціалу підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища відповідно до обраної місії та стратегії діяльності підприємства.

2) Принцип підтримки стабільності – передбачає забезпечення стабільної та ефективної роботи підприємства при настанні негативних та

кризових явищ.

3) Принцип гнучкого реагування – передбачає гнучке реагування на зміну ринкових можливостей та загроз.

4) Принцип забезпечення максимізації прибутку підприємства при одночасній максимізації добробуту кожного працівника.

5) Принцип збереження і розвитку конкурентних переваг – передбачає визначення сильних та слабких сторін діяльності підприємства, що дозволяє формувати стратегії діяльності та розвитку на основі їхнього прогнозування, що забезпечує підприємство довгостроковими конкурентними перевагами на ринку, сприяє більш ефективній роботі підприємства в обраному напрямі.

На підставі наведеної інформації можна зробити висновок, що після модернізації відділу ЗЕД підприємство може більш інтенсивно розвиватися і розширювати свої міжнародні відносини стосовно свого направлення, що призведе до покращення ситуації нашої країни хоча б на одному підприємстві малого бізнесу. Адже треба щось змінювати, щоб підтримувати відповідний рівень розвитку малого бізнесу.

3.3. Прогнозна оцінка запропонованих заходів щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»

Ефективність запропонованих заходів варто розглядати як комплексну характеристику, яка відображає суму всіх можливих наслідків упровадження пропозицій, що можуть виникнути у зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємства. Економічну ефективність пропозицій, що містяться в дипломній роботі, можливо визначити в короткостроковому та довгостроковому (через отримання вигід протягом кількох періодів) аспектах. Для відкриття нового додаткового підрозділу планування зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» потрібно забезпечити працівників нового підрозділу необхідним обладнанням, як зазначено в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Витрати (обладнання) на модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер»

Найменування обладнання	Строк служби (в місяцях)	Амортизаційні відрахування (за квартал), %	Вартість, тис.грн.
1	2	3	4
Комп'ютер Prime PC Business J18HD (4 од.)	36	15	24,0
Принтер Samsung JM3408 (1 од.)	36	15	3,1
Радіо-телефон Phillips Si 5620 (1 од.)	36	15	1,3
Меблі (стілці – 4 шт., письмові столи – 4 шт., шафи – 2 шт.)	60	10	19,6
Всього:			48,0

Джерело: складено автором

Як видно з таблиці 3.5 інвестиційні витрати (обладнання) на модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» становлять 48,0 тис.грн.

Загальні витрати на модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» зазначено в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Орієнтовні витрати на модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер»

Заходи	Бюджет, грн
1. Покупка і установка устаткування, комунікацій	48000
2. Пошук і підготовка персоналу	10000
Всього витрати на відкриття відділу	58000
1. Витрати на заробітну плату персоналу (3 чол.), 1 міс. = $1 \cdot 8000 + 2 \cdot 5200 = 18400$ грн. На рік $18400 \cdot 12$	220800
2. Нарахування на заробітну плату ЄСВ (22%): 1 міс. = 4048,0 грн. На рік $4048 \cdot 12$	48576
Всього витрати на забезпечення поточної діяльності	269376
Витрати разом	327376

Джерело: складено автором

Орієнтовні витрати на модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» складають 327,38 тис. грн.

Досвід впровадження відділів планування зовнішньоекономічної діяльності вказує на те, що його відкриття на підприємстві сприяє зростанню основних економічних та соціальних показників результативності, оптимізації прибутку (збільшення обсягу зовнішньоекономічних операцій), підвищенню інноваційної активності. З основних позитивних результатів

функціонування відділів планування зовнішньоекономічної діяльності слід відзначити такі:

- зростання обсягів реалізації продукції, в тому числі експортної та імпоротної від 0,5 до 1,7%;
- збільшення прибутку від 0,7 до 1,0 %;
- зростання рентабельності від 0,8 до 1,1 %;
- підвищення продуктивності праці до 1,5 %;
- зростання платежів до державного бюджету відповідно до зростання обсягів діяльності та ін.

Візьмемо за прогноз наведені вище дані щодо досвіду впровадження модернізації функції планування зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах: реалістичний прогноз зростання чистого доходу від реалізації послуг ТОВ «Гейзер» – 1,7%, песимістичний прогноз зростання чистого доходу від реалізації послуг ТОВ «Гейзер» – 0,5% (табл. 3.9)

Таблиця 3.9

Розрахунок річного ефекту від модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер»

Показник	Ефект від модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер»	
	Реалістичний прогноз	Песимістичний прогноз
% від абсолютного значення чистого доходу від реалізації	1,7*	0,5*
Всього, тис. грн.	$(75571 * 0,017) = 1284,70$	$(75571 * 0,005) = 377,85$

Джерело: складено автором

Прогноз % від абсолютного значення чистого доходу від реалізації взято з дослідження про досвід впровадження відділів планування зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах.

Як видно з таблиці 3.9, загальногосподарським ефектом від модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» є збільшення прогнозного чистого доходу від реалізації продукції за реалістичним сценарієм розвитку на 1,7%,

або 1284,70 тис.грн., за песимістичним сценарієм – на 0,5%, чи 377,85 тис. грн.

Оцінка ефективності інвестицій є найвідповідальнішим етапом у процесі прийняття інвестиційних рішень. Від того наскільки об'єктивно й докладно проведена ця оцінка, залежать терміни повернення вкладеного капіталу й темпи розвитку підприємства.

При проведенні розрахунку ефективності інвестицій в модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» представляється доцільним використовувати класичну систему показників оцінки ефективності реальних інвестицій: чистий приведений дохід (NPV); індекс прибутковості (ARR); період окупності інвестицій (PP); індекс рентабельності (PI); внутрішня ставка прибутковості (IRR) (табл.3.10-3.11).

Розраховано чистий приведений дохід (NPV) за формулою 3.2:

$$NPV = \text{ЧГП} - \text{ІВ}, \quad (3.2)$$

де ЧГП - сума чистого грошового потоку за весь період експлуатації проекту;

ІВ - сума інвестиційних витрат на реалізацію інвестиційного проекту.

Розраховано індекс рентабельності (PI) за формулою 3.3:

$$PI = \frac{\text{ЧГП}}{\text{ІВ}}, \quad (3.3)$$

Розраховано період окупності інвестицій (PP) за формулою 3.4:

$$PP = \frac{\text{ІВ}}{\overline{\text{ЧГП}}}, \quad (3.4)$$

де $\overline{\text{ЧГП}}$ - середньорічна сума чистого грошового потоку за період експлуатації проекту.

Формула розрахунку внутрішньої ставки прибутковості (IRR):

$$IRR = \sqrt[n]{\frac{\text{ЧГП}}{\text{ІВ}} - 1}, \quad (3.5)$$

Фінансові результати проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за реалістичним сценарієм розвитку наведено в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Прогноз фінансових результатів проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за реалістичним сценарієм розвитку, тис. грн.

Параметр	План 2018	2019	Прогноз		Разом
			2020	2021	
Чистий дохід від реалізації послуг, тис.грн.	1715,99	1230,56	519,81	400,00	3766,36
Собівартість наданих послуг, тис.грн.	38	38	38	38	38
Валовий прибуток, тис.грн.	1980,99	1075,24	975,12	575,28	4056,23
Адміністративні і збутові витрати, тис.грн.	130,3	110,4	150,4	167,4	545,7
Прибуток від реалізації наданих послуг, тис.грн.	1582,69	1262,84	1262,84	1262,84	2845,53
Податок на прибуток підприємства (18 %), тис.грн.	310,96	249,31	257,31	259,31	970,27
Чистий прибуток, тис.грн.	1266,72	1063,53	963,53	233,53	2330,25
Рентабельність, %	57,3	21,2	31,2	13,2	54,25
Амортизація, тис.грн	9,6	9,6	9,6	9,6	19,2
Грошовий потік по проекту, тис.грн	1278,32	5175,13	975,13	675,13	2453,45
Сукупні інвестиційні витрати, тис.грн	317,3	317,3	317,3	317,3	317,3
Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 25\%$	0,5	0,44	0,44	0,44	-
Дисконтовані грошові потоки, тис.грн	1082,66	640,08	640,08	640,08	1722,74
Дисконтовані інвестиції, тис.грн	310,3	-	-	-	-
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн	1435,44	-	-	-	-
Індекс прибутковості (PI)	3,3	-	-	-	-
Термін окупності інвестицій (PBP), років	0,34	-	-	-	-
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	275,36	-	-	-	-

Джерело: складено автором

Згідно табл. 3.10, чистий дохід від реалізації продукції після модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» щорічно зростатиме на 1,7%. В загальному, чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Гейзер» після модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за перші 2 роки зросте на 3766,36 тис. грн.

Індекс прибутковості проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за реалістичним сценарієм розвитку становить 4,3 – проект є ефективним.

Термін окупності проекту становить 0,34 роки.

Внутрішня норма рентабельності – 275,36%.

Фінансові результати проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за песимістичним сценарієм розвитку наведено в Додатку К.

Згідно Додатку К, дохід від реалізації продукції після модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» щорічно зростатиме на 0,5%. В загальному, чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Гейзер» після модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за перші 2 роки буде зростати.

Індекс прибутковості проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за песимістичним сценарієм розвитку становить 1,04 – проект є ефективним.

Термін окупності проекту становить 1,6 роки.

Внутрішня норма рентабельності – 1,3%.

Отже, на підставі аналізу результативності запропонованого проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» можна зробити висновок, що даний проект є прибутковим як за реалістичним, так і за песимістичним сценаріями розвитку.

Відкриття на підприємстві ТОВ «Гейзер» підрозділу планування зовнішньоекономічної діяльності надасть можливість: координувати зовнішньоекономічну діяльність з досягнення цілей підприємства ТОВ «Гейзер»; надавати інформаційну і консультаційну підтримку з прийняття управлінських рішень щодо здійснення зовнішньоекономічних операцій; ефективно планувати зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

Розглянемо ризики, які виникають при реалізації проектів, і можливі способи захисту від них. Місце управління проектними ризиками можуть і

повинні стати засобом ефективної реалізації проекту на всіх рівнях управління.

У ході передінвестиційного аналізу і проектування були виявлені ризики та визначені заходи їх попередження, представлені в таблиці 3.11. У процесі оцінки ризиків для проекту використовуються три показники:

1. Імовірність виникнення ризику - це ймовірність того, що в результаті реалізації проекту відбудуться втрати для підприємства, тобто ймовірність небажаного результату (шкала: 0-1);

2. Ступінь впливу ризику - сила можливих втрат для підприємства в результаті настання ризику (шкала: 1-10).

3. Ранг ризику - значимість даного ризику для діяльності підприємства (шкала: 1-5).

Як видно з розрахунків представлених в таблиці 3.6, основними ризиками для ТОВ «Гейзер» при реалізації проекту по реорганізації відділу ЗЕД виникне інвестиційний ризик і ризик не окупності проекту. Це пов'язано з тим, що розроблюваний проект масштабний і зачіпає всі сфери управлінської діяльності ТОВ «Гейзер».

Таблиця 3.11

Види ризиків та їх значущість для проекту

Види ризиків	Імовірність виникнення ризику (P_i)	Ступінь впливу ризику (C_i)	Ранг ризику (R_i)	Інтегральна оцінка (I)($1*2*3$)
Проект 1				
Неефективне використання коштів	0,3	6	1	1,8
Неефективність проекту	0,3	5	3	4,5
Неокупність інвестицій	0,5	6	2	6
Виникнення бізнес-ризиків, тобто здатність підприємства підтримати рівень доходу на вкладений капітал	0,3	2	5	3
Інвестиційний ризик	0,5	4	4	8

У процесі управління проектними ризиками, після ранжирування і визначення їх значимості для підприємства доцільно розробити комплекс заходів, спрямованих на нейтралізацію їх дії (табл.3.12).

Як видно з таблиці 3.12 при реалізації проекту, керівництву належить здійснити заходи пов'язані зі зниженням інвестиційного ризику шляхом страхування ризику, або зниженням капітальних витрат.

Таблиця 3.12

**Заходи щодо усунення ризиків, пов'язаних з модернізацією відділу
ЗЕД ТОВ «Гейзер»**

Види ризиків	Способи захисту від ризиків
Неефективне використання коштів	Повне складання та опис грошового кошторису, тобто докладний розрахунок грошових коштів. З можливим виникненням, прийняття рівноцінних товарів або послуг замінників.
Неефективність проекту	Розрахунок всіх витрат, і фінансової ефективності для запобігання неефективності проекту
Неокупність інвестицій	Паралельна розробка додаткових проектів, в результаті неефективності проекту, можлива переорієнтація на інший проект, що найбільш ефективно вирішує проблеми підприємства.
Виникнення бізнес-ризиків, тобто здатність підприємства підтримати рівень доходу на вкладений капітал	Підтримання комерційної та господарської діяльності компанії, що б вона не виявилася менш успішною, ніж була раніше або чим очікувалася.
Інвестиційний ризик	Страхування ризику, зниження капітальних витрат і ризику проекту за рахунок оптимізації структури інвестицій та податкового планування

Отже, підсумовуючи усе вищесказане, можна зробити висновок, що керівництву ТОВ «Гейзер» необхідно обрати для підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності та рівня конкурентоспроможності – модернізацію відділу ЗЕД.

Цей варіант підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності забезпечує підприємству підвищення: обсягу реалізації, обсягу прибутку, належного рівня забезпечення усіх бізнес процесів, що вели б до більш ефективного рівня ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому, що забезпечить підприємству більш міцний фінансовий стан та підвищення його конкурентоспроможності на сьогоденні та подальші періоди здійснення зовнішньоекономічної діяльності та особистого розвитку в усіх напрямках.

Висновки до розділу 3

Проведений аналіз впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» із застосуванням PEST – аналізу дозволив встановити, що є ряд факторів, які суттєво впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер». До них в основному належать нестабільна політична та економічна ситуація в країні. Основними ризиками міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» є економічні (інфляція, зокрема, зростання курсу долара), політичні (зростання невпевненості в умовах ведення бізнесу). Фактори, які позитивно впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер», це, в основному розширення асортименту продукції, мотивація трудової діяльності в товаристві та зростання попиту на продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Проведений аналіз внутрішнього середовища показав, що ТОВ «Гейзер» є перспективним підприємством, яке розвивається, має високий рівень управління, організаційну структуру, яка адекватно відповідає потребам в управлінні, професійний персонал з низьким рівнем плинності та високим рівнем вмотивованості, середньою маркетинговою активністю, позитивною динамікою росту фінансових результатів та зростанням активів. Серед найбільш важливіших і впливовіших, сильних і слабких сторін ТОВ «Гейзер», які впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності можна виділити забезпеченість власними активами, компетентне керівництво, наявність оборотних коштів, добра репутація на ринку.

В умовах зростання кількості ринків збуту ТОВ «Гейзер», нерозгалуженого асортименту продукції, реалізованого на одному ринковому сегменті, зростання обсягів експорту ТОВ «Гейзер», визначено доцільним сформувати підрозділ, що займається експортом так, щоб маркетингова і збутова діяльність по регіональних ринках проводилася паралельно і складала єдину систему, яка відповідає за експорт продукції на певний ринок. Запропонована схема функціонального спрямування міжнародної

економічної діяльності відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер».

Одним з шляхів покращення розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ТОВ «Гейзер» має бути удосконалення організаційно-економічного механізму управління ЗЕД. Для цього запропоновано додати до переліку виконуваних функцій планування у межах відділу ЗЕД. Необхідні витрати на модернізацію відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» складають 327,38 тис. грн.

Загальногосподарським ефектом від модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» є збільшення прогнозного чистого доходу від реалізації продукції за реалістичним сценарієм розвитку на 1,7%, або 1284,70 тис.грн., за песимістичним сценарієм – на 0,5%, чи 377,85 тис. грн. На підставі аналізу результативності запропонованого проекту з модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» можна зробити висновок, що даний проект є прибутковим як за реалістичним, так і за песимістичним сценаріями розвитку.

Реорганізація відділу ЗЕД надасть можливість: координувати зовнішньоекономічну діяльність з досягнення цілей підприємства ТОВ «Гейзер»; надавати інформаційну і консультаційну підтримку з прийняття управлінських рішень щодо здійснення зовнішньоекономічних операцій; ефективно планувати зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Міжнародна економічна діяльність малого бізнесу України здійснюється за рахунок підтримки державою міжнародних економічних відносин з іншими країнами. Не дивлячись на те, що державної підтримки і інвестицій в сферу малого бізнесу недостатньо, більшість підприємців МБ вимушені кооперуватися і здійснювати міжнародну економічну діяльність на власний розсуд, ризик та за рахунок власних інвестицій.

З кожним роком здійснювати міжнародну економічну діяльність малому бізнесу дедалі важче, оскільки приймаються закони, які не дають змогу малому бізнесу розвиватися. І кожен раз у статистиці про підприємницьку діяльність, кількість підприємств малого бізнесу скорочується в рази. Тому актуальність даної теми є дуже важливою на сьогоднішній час.

Рентабельність активів ТОВ «Гейзер» в 2013 році склала 18,48 %, тобто на кожну гривню активів підприємство отримало 18,47 копійок чистого прибутку. В 2014 році даний показник зростає і становить 20,45%. Рентабельність активів ТОВ «Гейзер» в 2015 році склала 37,17 %, тобто на кожну гривню активів підприємство отримало 37,17 копійок чистого прибутку. В 2016 році на кожну вкладену в активи гривню було отримано 13,75 копійок чистого прибутку. В 2017 році значення показника рентабельності активів ТОВ «Гейзер» дорівнювало 22,44 .

Щодо показника рентабельності власного капіталу, то в 2013 році кожна вкладена власниками ТОВ «Гейзер» гривня коштів принесла їм 58,47 копійок чистого прибутку, а в 2014 році – 46,88 копійок чистого прибутку. В 2015 році кожна вкладена власниками ТОВ «Гейзер» гривня коштів принесла їм 56,45 копійок чистого прибутку. Це низький показник, який свідчить про незадовільну ефективність роботи підприємства. В 2016 році кожна вкладена власниками гривня коштів принесла їм 24,45 копійок чистого прибутку, тобто ефективність роботи за цей рік була низькою. В 2017 році

кожна вкладена власниками гривня коштів принесла їм 53,28 копійок чистого прибутку, що не є високим показником.

Рентабельність виробничих фондів в 2013 році склала 1380,95, а в 2014 році – 1842,42. Рентабельність виробничих фондів в 2015 році склала 10500, тобто на кожну гривню виробничих фондів підприємство отримало 105 грн чистого прибутку. В 2016 році на кожну вкладену у виробничі фонди гривню було отримано 62,2 грн чистого прибутку. В 2017 році значення показника рентабельності виробничих фондів дорівнює 10370.

В 2013 році кожна отримана гривня виручки дозволила отримати 1,07 грн. чистого прибутку, а в 2014 році – 1,36 грн. чистого прибутку. В 2015 році кожна отримана гривня виручки дозволила отримати 0,05 грн. чистого прибутку. В 2016 році рентабельність продажів по прибутку від реалізації становить 0,82 %. На кінець 2017 року значення показника становило 1,39 %.

Отже, проведений аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Гейзер» дозволив встановити, що підприємство є прибутковим, чистий прибуток в 2017 році склав 1037 тис.грн.. Протягом 2013-2017 року підприємство є ліквідним, платоспроможним та фінансово стійким. Відбувається зростання показників рентабельності підприємства, що свідчить про ефективну діяльність ТОВ «Гейзер» протягом аналізованого періоду.

Таким чином можна сказати, що підприємство ТОВ «Гейзер» розвивається і рухається в напрямку покращення своєї діяльності. Але слід сказати, що підприємству необхідно нарощувати обсяги прожів та асортиментний ряд своєї продукції. Підприємство намагається робити прогноз на майбутнє, але ситуація в країні в цілому не дозволяє реалізувати масштабних планів по виходу на зовнішні ринки. Тому більшість продукції реалізується на внутрішньому ринку.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності для підприємства дає змогу бути офіційним представником європейських компаній в Україні. Дані свідчать про те, що імпорту продукції ТОВ «Гейзер» збільшується з року в рік:

в 2013 році імпорту продукції не було, в 2015 р. в порівнянні з 2014 р. обсяг імпорту продукції зріс на 5572,79 тис.грн. В 2016 р. в порівнянні з 2015 р. обсяг імпорту продукції зріс на 3531,33 тис.грн.. В 2017 році імпорт продукції збільшується на 11977,25 тис.грн. у порівнянні з 2016 роком.

Згідно даних в 2016 році відбувалося найбільше зростання імпорту продукції з таких країн як Німеччина (на 327,38 тис.грн., або 198,05%), Польща (на 493,30 тис.грн., або 223,62%) та Литва (на 232 тис.грн., або 86,02%). Динаміка наведена на рис. 2.3. Протягом 2017 року значно зріс обсягу імпорту продукції з Швеції (на 256,22%), Італії (на 148,87%), Туреччини (на 139,85%) та Німеччини (на 117,22%).

Що стосується експорту ТОВ «Гейзер», нескладно помітити, що провідне місце займає така продукція на експорт, як утеплювач (2014 р. – 59,56%, 2015 р. – 60%, 2016 р. – 60%, 2017 р. – 40%). Частка настінних газових котлів була високою протягом 2014-2017 рр. (2014 р. – 15,09%, 2015 р. – 17%, 2016 р. – 20%, 2017 р. – 25%). в таб. 2.10. Найбільше ТОВ «Гейзер» експортує свою продукцію протягом 2014-2017 рр. до таких країн, як: Китай (2014 р. – 43,5%, 2015 р. – 53%, 2016 р. – 49%, 2017 р. – 45%) та Казахстан (2014 р. – 21,1%, 2015 р. – 25%, 2016 р. – 28%, 2017 р. – 30%)

Частка експорту продукції ТОВ «Гейзер» до Китаю знизилася в 2017 році у порівнянні з 2016 роком на 4% в загальному обсязі експортованої продукції підприємства. На основі проведенного аналізу можна зробити висновок, що обсяги імпорту за обсягом переважають обсяги експорту. На основі побудованих матриць БКГ чітко видно, як підприємство здійснює свою діяльність і намагається контролювати процес змін попиту на ринках України та за кордоном.

Для покращення, необхідна реорганізація структури підприємства. І тому проведений аналіз впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» із застосуванням PEST – аналізу дозволив встановити, що є ряд факторів, які суттєво впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер». До них в основному

належать нестабільна політична та економічна ситуація в країні. Основними ризиками міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» є економічні (інфляція, зокрема, зростання курсу долара), політичні (зростання невпевненості в умовах ведення бізнесу). Фактори, які позитивно впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер», це, в основному розширення асортименту продукції, мотивація трудової діяльності в товаристві та зростання попиту на продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках.

А також аналіз внутрішнього середовища показав, що ТОВ «Гейзер» є перспективним підприємством, яке розвивається, має високий рівень управління, організаційну структуру, яка адекватно відповідає потребам в управлінні, професійний персонал з низьким рівнем плинності та високим рівнем вмотивованості, середньою маркетинговою активністю, позитивною динамікою росту фінансових результатів та зростанням активів.

Тобто для нормального функціонування підприємства треба додаткові інвестиції, щоб підприємство могло нарощувати об'єми прожачів на всіх ринках та розвивало асортимент продукції для більшого задоволення потреб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Босак А.О. Технологія зовнішньоекономічних операцій: навч. посіб. / А. О. Босак, О. Ю. Григор'єв, Р. Д. Бала. – Львів: Вид-во Львівської політехніки. 2015. – 180 с.
2. Бабець Є.К. Управління зовнішньоекономічною діяльністю з позицій функцій менеджменту / Є.К. Бабець, В.І. Шалацький // Наукові праці КНТУ. Серія «Економічні науки». – 2010. – Вип. 26.
3. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580с.
4. Баула О.В. Особливості формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі / О.В.Баула, А.В.Сачук // Матеріали за ІХ-а міжнародна научна практична конференція «Настоящи изследования и развитие – 2013». – Том 7. Икономики: София, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. – с. 64-68
5. Бахрамов Ю.М. Организация внешнеэкономической деятельности (особенности менеджмента): учеб. пособие / Ю. М. Бахрамов, В. В. Глухов ; Санкт-Петербургский гос. технический ун-т. - СПб. : Лань, 2003. - 444 с.
6. Бегма В.М. Визначення сутності експортного потенціалу підприємства // Видавничий центр «Академія» – 2011. – №2.
7. Бестужева С.В. Міжнародна економічна діяльність України: навчальний посібник / С.В. Бестужева. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 268 с.
8. Бондарева Т. І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства / Т. І. Бондарева, А. І. Осадчук // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. – 2011. – № 3 (15). – С. 91–104.
9. Борисова Л. П. Позиционирование Украины на рынке товаров и

услуг в восточном партнерстве / Л. П. Борисова // Бизнес-інформ. – 2012. – № 3. – С. 78–82.

10. Боцьора Л. О. Аналіз стану розвитку малого підприємництва в деяких країнах світу // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nuwn.rv.ua/metods/asp/vd1/Vek546/pdf>

11. Бусленко Е. П. Разработка методики расчета эффективности экспортных операций ОАО «Мостовдрев» / Е. П. Бусленко // Наука-2010 : сборник научных статей. Ч. 1. – Гродно, 2010. – С. 306–308.

12. Вакульчик О. М. Визначення зон економічних ризиків на основі аналізу показників економічної безпеки підприємства / О. М. Вакульчик, Д. П. Дубицький // Економіст. – 2009. – № 8. – С. 40–43.

13. Вернюк Н.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н.О. Вернюк, Л.В. Клименко, І.М. Новак; Уман. нац. ун-т садівництва. – Умань: Сочінський [вид.], 2012. – 322 с.

14. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Львів : Афіна, 2004. – 140 с.

15. Войтович, А.И. Внешнеэкономическая деятельность: учеб.-метод. пособие / А.И. Войтович. – Минск: БГЭУ, 2005. – 87 с.

16. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств/ І.А. Волкова, І.В. Гірчук// Вісник ЖДТУ. – 2016. – №3. – С. 53-55

17. Володько В.Ф. Международный менеджмент: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: Амалфея, 2014. – 448 с.

18. Воронкова А.Е. Оцінка дії механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / А.Е. Воронкова, Б.Б. Любич // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. – ДЕГІ, 2013. – Вип. 1(28). – с. 199-202

19. Воротін В. Підтримка малого і середнього бізнесу в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону до і після фінансової кризи // Економічні реформи сьогодні. – 2016. – № 24. – С. 30-32
20. Гевлич Л. Л. Стратегічна діагностика підприємства: Монографія / Л. Л. Гевлич. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2011. – 199 с.
21. Геєць В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів : [монографія] : у 2 ч. – Ч. 2 / за ред. В. М. Гейця, А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 273 с. 6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
22. Георгіаді Н. Г. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності/ Н. Г. Георгіаді, С. В. Князь — Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. — 196 с.
23. Герасимчук В. Г. Міжнародна економіка: навчальний посібник / В. Г. Герасимчук, С. В. Войтко. – К.: Знання, 2013. – 302 с.
24. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV//Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144
25. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / Гребельник О. П. – 3-тє вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 432 с.
26. Гринкевич С.С. Підходи до визначення сутності економічної категорії "ефективність зовнішньоекономічної діяльності" підприємств / С.С. Гринкевич, О.Ю. Сало // Наук. вісн. НЛТУ України: Зб. наук.-техн. праць. - Львів: НЛТУ України. - 2008. - Вип. 18. - С. 170-175.
27. Демьяненко А.Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия // Економіка, фінанси, право. – 2011. – № 2. – С. 22-28.
28. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2012. – 462 с.

29. Довбиш В.А. Зовнішньоекономічний договір (контракт) купівлі-продажу: правове регулювання: монографія / В.А. Довбиш, І.І. Світлак – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 248 с.
30. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: навч. посібник. / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай – К.: Видавництво «Центр учбової літератури», 2013. – 440 с.
31. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Г. М. Дроздова // Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2004. – 172с.
32. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика: навчальний посібник /А.Р. Дунська.-К.:Кондор-Видавництво,2013.-688с.
33. Ерохина Е.А. Развитие национальной экономики: системно-самоорганизационный подход: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. 08.00.01/ Том. гос. ун-т. – Томск, 2000. – 33 с.
34. Завадський Й.С., Осовська Г.В., Юшкевич О.О. Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво: навчально-методичний посібник. – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 444 с.
35. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Зовнішньоекономічна діяльність: термінологічний словник. – К.: Кондор, 2007. – 168 с.
36. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.91р. №959-ХІІ із змінами і доповненнями. / Вісник Верховної Ради України. – 2012. – №7.
37. Залізнюк В.П. Можливості та напрями розвитку експортної діяльності підприємств в умовах інтеграції України в європейський економічний простір / В.П. Залізнюк, О.В. Кендюхов // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – № 2 (9). – 2015. – С. 91–96.
38. Заярна Н.М. Міжнародний досвід підтримки малого бізнесу та сучасні українські реалії / Н.М. Заярна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.1. – С. 198-202
39. Зінь Е. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності / Е. А. Зінь. –

К., 2007

40. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4-те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с.
41. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник / О.В. Шкурупій, В.В. Гончаренко, І.А. Артеменко та ін.; За заг. ред. Шкурупій О.В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
42. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В.О. Новак [та ін.]; Нац. авіац. ун-т, Нац. ун-т харч. технологій. – К.: Кондор, 2012. – 493 с.
43. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика сучасного менеджменту / Батченко Л.В., Дроздова Г.М., Дятлова В.В. та ін. - Донецьк, 2005. - 244с.
44. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ: монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Юхименко, О. П. Гребельник, Т. М. Мельник [та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 309 с.
45. Иокша Д.М. Методические подходы к определению критериев и показателей эффективности внешнеторговой деятельности субъектов предпринимательства / Д.М. Иокша, Г.Л. Муравьев // Бухгалтерский учет и анализ. – 2016. – № 11. – С. 7 – 12
46. Кайтанський І.С. Проблеми та шляхи організації управління зовнішньоекономічною діяльністю в умовах глобалізації / І.С. Кайтанський // Таврійський науковий вісник: Збірник наукових праць ХДАУ. – Вип. 51. – Херсон: Айлант. – 2015. – с. 402-407
47. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти / Ю. Калиніченко // Галицький економічний вісник. – 2015. – №4(29). – с.106-115
48. Каплан Роберт С. Сбалансованная система показателей. От

стратегии к действию / С. Роберт Каплан, П. Дейвид Нортон. - 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. - М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2006. 512 с.

49. Кикуш О. Семантика та економічний зміст категорії «експортний потенціал» / Оксана Кикуш // Економічний аналіз. - 2012. - №3 (19). - С. 173- 176.

50. Кириченко О.А. Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / О.А.Кириченко, К. Г. Ваганов // Механізм регулювання економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008_1.html

51. Коваль Л.В., Гончар В.О. Управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві / Л.В. Коваль, В.О. Гончар // Вінницький національний аграрний університет. Серія «Економічні науки». – 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2012/Economics/3_103261.doc.htm.

52. Козак Ю.Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: підручник / Ю.Г. Козак. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 228 с.

53. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид.,перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с

54. Коломієць І.Ф. Стратегія інтернаціоналізації в умовах глобалізації / І.Ф. Коломієць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/16_2/313_Kolomijec_16_2.pdf

55. Косенко С.В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація / С. В.Косенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eupmbg/2011_3/Kosenko.pdf

56. Коттер Д.П. Впереді перемен / Д.П. Коттер. – М.: Олимп – Бизнес, 2015. – 238 с.

57. Кузьмін О. Є. Планування, організування та мотивування зовнішньоекономічної діяльності / О. Є. Кузьмін, А. О. Босак, Р. З. Дармиць. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2009. — 324 с.
58. Лебедева С.Н. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий региона / С.Н. Лебедевой. – Гомель: ЧУП «ЦНТУ Развитие». – 2014. – 187 с.
59. Лісова Л.О. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємствами Сумської області : автореф. дис. ... к.е.н. / Л.О. Лісова. – Суми. – 2014. – 19 с.
60. Лук'яненко Д. Г. Міжнародна економічна інтеграція / Д. Г. Лук'яненко. – К. : КДЕУ, 1996.
61. Малий бізнес: закордонний досвід [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nisse.ua/business/article/article_1141.html
62. Малярець Л. М., Моргун Г. В. Аналіз ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2015. – № 1. – с. 12-19
63. Мартиненко А. Проблеми визначення поняття “зовнішньоекономічна діяльність” / Артур Мартиненко // Юридична газета. – 2015. – №10(46).
64. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Ноулідж. – 2011. – с. 210.
65. Мельник О. Індикатори оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. Мельник, Ю. Логвіненко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 15. – С. 124–130.
66. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т. Мельник // Міжнародна економіка. – № 8-9. – 2014. – С. 221-245.
67. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / За

ред. О.А. Кириченка ; 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 518 с.

68. Методи прогнозування показників зовнішньоекономічної діяльності автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / В.М. Богомазова; Наук.-дослід. екон. ін-т М-ва економіки та з питань європ. інтеграції України. – К., 2003. – 18 с.

69. Митний кодекс України від 13.03.2013 № 4495-17 //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 44-45, № 46-47, № 48, ст.552

70. Міжнародна торгівля/ [А.П. Румянцев, А.І. Башинська, І.М. Корнілова, Ю.О. Коваленко]. – К : Центр учбової літератури, 2004. – 376 с.

71. Міжнародний стратегічний маркетинг в системі управління зовнішньоторговельною діяльністю підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02 / В.П. Близнюк; Укр. акад. зовніш. торгівлі. – К., 2004. – 20 с.

72. Моргун Г.В. Концепція стратегічного управління експортно-імпоротною діяльністю підприємства / Г.В. Моргун // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 2, том 1. – 235 с. – с. 71-77

73. Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устинко О.А., Юрій С.І. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. Т. 1 / За ред. С.В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.

74. Новак В.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства / В.О. Новак, Т.Л. Мостенська, Г.С. Гуріна, О.В. Ільченко. – К.: Кондор, 2012. – 552 с.

75. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. Н. Ю. Шведовой. – 16-е изд. – М.: Русский язык, 2012. – 815 с.

76. Офіційний сайт Державного комітету статистики України - www.ukrstat.gov.ua/

77. Петрович М.В. Эффективность управленческого труда: методы оценки / М. В. Петрович // Белорусский экономический журнал. – 2015. – С. 56-63

78. Примаченок Г.А. Экономическая теория и оценка эффективности деятельности хозяйственных субъектов / Г.А. Примаченок // Веснік Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта. – 2015. – № 4. – С. 7 – 13
79. Пазуха М.Д. Зовнішньоекономічна діяльність. Навчально-методичний посібник: Центр учбової літератури, 2014. – 230 с.
80. Піддубна Л.І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення : монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. – 400 с.
81. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : Навч. посіб. / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х. : ВД «ІНЖЕК». – 2008. – 264 с.
82. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.11
83. Пономаренко В. С. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту: науково-методичні аспекти аналізу та оцінки / В. С. Пономаренко, Л. І. Піддубна // Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики : монографія/ Під. ред. В. С. Пономаренка, М. О. Кизима, О. М. Тищенко – Х. : ФОП Лібуркіна Л.М.; ВД «ІНЖЕК», 2009. – С. 7–22.
84. Попов В.М. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях / В. М. Попов, С. И. Ляпунов, С. Ю. Муртузалиева [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ekon.oglib.ru/bgl/9031.html>
85. Птушенко А.К. К вопросу о понятиях и критериях эффективности экономики / А.К. Птушенко // Общество и экономика. – 2016. – № 10. – с. 157 – 167
86. Пшик-Ковальська О.О. Процес планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.О. Пшик-Ковальська // Наукові праці НУ «Львівська політехніка». – 2012. – С. 468–472.

87. Райзберг, А. Современный экономический словарь / А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 1125 с.
88. Решетняк К. Е. Экспортно-імпорتنі операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К. Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – №3(124). – С.30–32.
89. Рібун Л.В. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу / Л.В. Рібун, Г.А. Лех, І.М. Васькович // Науковий вісник НЛТУ. – 2016. – Вип. 26. – с. 230-235
90. Саганюк М. П. Стратегія розвитку деревообробної та меблевої промисловості / М. П. Саганюк // Міжвід. наук.-техн. збірник. «Лісове господарство, лісова, паперова і деревообробна промисловість». Вип. 33. – 2015. – С. 46-50
91. Савченко А. Г. Макроекономіка/ А. Г. Савченко. — К.: КНЕУ. — 1999. — 120 с.
92. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства / М.Г. Саєнко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/21878>
93. Світова економіка: підручник / за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 268 с.
94. Сисоєва Т.П. Формування та розвиток зовнішньоекономічної діяльності регіонів України в умовах глобалізації (на прикладі Київської області) [текст] : Дис... канд. наук: 08.00.05 – 2008.
95. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання / В.М. Соколовська [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092>
96. Солодковський Ю. М. Моделі розвитку конкурентоспроможності експорту у сучасній системі світової торгівлі / Ю. М. Солодковський // Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія у 2 т. – К.:КНЕУ, 2006. Т I – С. 163–196.

97. Соркин С. Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка : моногр. / Соркин С. Л. – Гродно: ГрГУ, 2011. – 130 с.
98. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін. ; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. – К. : ЮЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
99. Сухарський В. С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління / В. С. Сухарський. – Тернопіль : Астон, 2010. – 528 с.
100. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.
101. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / Під заг.ред. А.І.Кредісова – Київ, 2010, - 448 с.
102. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: монографія: у 2т. За заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. – Т. І. –К. : КНЕУ, 2006. – 816 с.
103. Управління потенціалом підприємства/ І.С. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна– К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
104. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنних операцій / Н.І. Федоронько // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Випуск 10. – с. 22-28
105. Філіпенко А.С. Міжнародні торговельні зв'язки України: генезис і структура: Навчальний посібник / А.С. Філіпенко. – Київ: Знання України, 2008. – 223 с.
106. Хейне, П. Экономический образ мышления / П. Хейне; пер. с англ. –3-е изд. – Дело, 2012. – 704 с.

107. Холленсен С. Глобальный маркетинг / С. Холленсен; перевод с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. – Минск: Новое знание, 2004. – 832 с.
108. Холодный Т.О. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. –С. 197-201.
109. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання на пряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / С.Є. Хрупович. – Тернопіль, 2017. – 137 с.
110. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV//Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст.356
111. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології /Т.М. Циганкова. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.
112. Циганкова Т.М. Оцінка розвитку ключових напрямів маркетингової діяльності українських експортерів / Т.М. Циганкова // Маркетинг в Україні. – 2012. – №3(25). – С.40-45.
113. Циганкова Т.М. Сучасні моделі та тенденції розвитку стратегічного маркетингу // Маркетинг в Україні. – 2011. – №2. – С. 31 – 36.
114. Цикл життя малого підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://aleksid/ru/chapter12/html>
115. Цопа Н. В. Еволюція теорій управління зовнішньоекономічною діяльністю/ Н. В. Цопа // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Економічні науки. – 2012. – № 3. – С. 182-189.
116. Черевань В.П. Міжнародна економічна діяльність / В.П. Черевань, А.П. Румянцев, Л.Ф. Романенко. – К.: Слово, 2003. – 278 с.
117. Черномаз П.А. Международный маркетинг: учеб.-практ. пособие / П.А. Черномаз. –Х.: Консум, 2000. – 160 с.
118. Чугаєнко Ю. Економічна дипломатія в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю держави / Ю. Чугаєнко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3 (141). – С. 59–70

119. Шайдюк І.Є. Європейський досвід державного регулювання та підтримки малого підприємництва. / І.Є. Шайдюк // Матеріали III Всеукраїнської наукової конференції «Концептуальні засади формування менеджменту в Україні», Київ, Одеса, Стамбул, 17-22 травня 20106 р. – с. 246 – 252
120. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2009. — 384 с.
121. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент / Юхименко П. І., Гацька Л. П., Півтора М. В. – К. : ЦУЛ, 2011. – 488 с.
122. Юшина С. І. Сучасний стан та деякі колізії правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / С. І. Юшина // Вісник господарського судочинства. – 2015. – № 1. – С. 54–58
123. Яворський Р. Вдосконалення товарної політики торговельного підприємства на основі оптимізації асортименту // Соціально-економічні наслідки та стратегія реформування економіки України : зб. тез доповідей до міжвузівської наук.-практ. конф. студентів та аспірантів. – Львів : Вид-во ЛКА, 2010. – 440 с.
124. Яковлев А.И. Усовершенствование методов определения эффективности внешнеэкономической деятельности / А.И. Яковлев // Финансы Украины. - 2008. № 9. - С. 28-34.
125. Статистичний щорічник України за 2015 р. – Київ: Державний комітет статистики України, 2016. – 575 с.
126. Статистичний щорічник України за 2016 р. – Київ: Державний комітет статистики України, 2017. – 611 с.
127. <https://www.5.ua/ekonomika/u-naftohazi-ozvuchyly-tsiny-na-haz-dlia-naselennia-do-30-kvitnia-2019-roku-180289.html>
128. Статистичний щорічник України за 2017 р. – Київ: Державний комітет статистики України, 2018. – с 31.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

SNW-аналіз впливу внутрішніх факторів на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер»

Сфера	Стратегічна позиція (фактори)	Питання до аналізу	Якісна оцінка позиції (факторів)		
			S сильна	N нейтральна	W слабка
Кадри	- управлінський персонал;	Використовується діловий стиль управління	+		
Кадри	- мораль і кваліфікація співробітників;	Домінантні цінності вищого керівництва – ефективність діяльності та мотивація співробітників	+		
	кадрова політика;				
	використання стимулювання для мотивації роботи;	Висока кваліфікація працівників	+		
	особлива кваліфікація співробітників;	В цілому кваліфікація персоналу відповідає для організації поточних і майбутніх завдань			
Кадри	досвід.	Кадровий склад стабільний			
	плинність кадрів і прогули;				
		Використовуються такі стимули як підвищення з/пл., премії та подяки			
Організація загального управління	організаційна структура;	Лінійно-функціональна організаційна структура	+	+	
	організаційний клімат і культура;	Ефективна система контролю	+		
	- кваліфікація, інтереси, здібності вищого керівництва;	Ефективна взаємодія різних структурних підрозділів у процесі досягнення цілей підприємства	+	+	
	- система стратегічного планування	Досить розвинута система стратегічного планування			

Продовження ДОДАТКУ А

Сфера	Стратегічна позиція (фактори)	Питання до аналізу	Якісна оцінка позиції (факторів)		
			S сильна	N нейтральна	W слабка
Маркетинг	- продукція/послуга, реалізовувана підприємством;	Підприємство займає велику частку на ринку і твердо утримується у своїй ніші	+		
	- збір необхідної інформації про ринок;	Поки що немає можливості для виходу на нові ринки			
	частка ринку; канали розподілу; організація збуту; - якість товару	На підприємстві проводиться ефективне дослідження ринку, що дозволяє йому добре орієнтувати діяльність на запити споживачів	+	+	
Фінанси й облік	ставлення до податків				
	можливість використання альтернативних фінансових стратегій	Ефективний контроль			
	Ефективність контролю за витратами можливість їх зниження система обліку складання бюджету і планування прибутку				

ДОДАТОК Б

Види зовнішньоекономічної діяльності та їх характеристика

Вид ЗЕД	Зміст	Специфічні особливості діяльності	Причини здійснення діяльності
Зовнішньоторговельна діяльність	Міжнародний обмін товарами, роботами, послугами, інформацією і результатами інтелектуальної діяльності.	<ul style="list-style-type: none"> - Різні валюти - Політичне втручання і контроль - Відмінності в переміщенні факторів виробництва між країнами - Разовий характер діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> - Можливість розширення ринків збуту - Мінімальний ризик здійснення діяльності - Невеликі капіталовкладення - Погіршення умов діяльності на внутрішньому ринку, в т.ч. падіння попиту на продукцію, що випускається
Міжнародний розподіл праці	Процес переливу трудових ресурсів між країнами (імміграція / еміграції)	<ul style="list-style-type: none"> - «Відтік мізків» (переміщаючись з однієї країни в іншу, робочі переносять з собою знання, професійні навички, досвід. В результаті відбувається еміграція висококваліфікованих фахівців в промислово розвинені країни з менш розвинених) - Діяльність може бути як короткостроковою, так і довгостроковою 	<ul style="list-style-type: none"> - Можливість обміну досвідом знаннями, навичками - Можливість працевлаштування на більш вигідних умовах, ніж в країні базування (наприклад, більш високий рівень заробітної плати)
Виробнича кооперація	Співпраця з іноземними партнерами в процесах технологічного поділу праці	<ul style="list-style-type: none"> - Комплексний характер діяльності (взаємне планування експортної та імпортозамінної продукції; спільне ведення наукових розробок; спільна організація підготовки кадрів, спільна збутова діяльність) - Спеціалізація підприємств на виготовленні компонентів продукції – деталей, вузлів, агрегатів, які є компонентами при виготовленні кінцевої продукції, а потім наступний обмін цими виробами - Високий ризик в порівнянні з зовнішньоторговельною діяльністю - Виробничі зв'язки носять довгостроковий характер 	<ul style="list-style-type: none"> - Можливість скорочення часу виробництва нової продукції і зниження капіталомісткості - Можливість реалізації великих економічних, стратегічно важливих завдань країни - Можливість зменшення витрат і ризиків при створенні нових потужностей - Можливість придбання нових джерел сировини або нової виробничої бази - Можливість розширення виробничих потужностей

<p>Міжнародний рух капіталу (Валютні і фінансово-кредитні операції), в тому числі міжнародне інвестиційне співробітництво</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Зовнішньоторговельна угода у вигляді фінансових зобов'язань - Переміщення в міжнародному масштабі фінансових потоків між кредиторами і позичальниками, знаходяться в різних країнах, або між власниками і що належить їм підприємствами, що знаходяться за кордоном - Отримання і надання кредитів, фінансування різних проектів, здійснення платіжно-розрахункових і страхових операцій - Необхідний вид діяльності, що супроводжує будь-яку зовнішньоторговельну операцію - Співпраця з іноземними партнерами на основі об'єднання зусиль фінансового та матеріально-технічного характеру (Залучення іноземних інвестицій і інвестування за кордоном) 	<ul style="list-style-type: none"> - Дотримання режиму світових валютних ринків - Дотримання уніфікації правил використання міжнародних кредитних коштів звернення - Високий ризик міжнародного інвестиційного співробітництва по порівняно з зовнішньоторговельною діяльністю - Діяльність може носити як короткостроковий, так і довгостроковий характер 	<ul style="list-style-type: none"> - Можливіс - Можлив випускається - Можливіс - Можливіс на зовнішньс - Можливіс
---	---	--	--

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Гейзер» за 2013-2017

Показники	Нормативне значення	Формули розрахунку	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення,		
								2014/2013	2015/2014	2016/2015
Власні обігові кошти	наявність	Власний капітал-необоротні активи	470	784	1105	1422	2449	314	321	317
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	> 0,1	Власні обігові кошти/оборотні активи	0,3	0,57	0,66	0,5	0,38	0,27	0,09	-0,16
Маневреність робочого капіталу	збільшення	Запаси/ власні обігові кошти	2,62	1,38	1,09	1,76	1,24	-1,24	-0,29	0,67
Маневреність власних обігових коштів	збільшення	Грошові коти/ власні обігові кошти	0,26	0,15	0,02	0,07	0,51	-0,11	-0,13	0,05
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	зменшення	Власні обігові кошти/сума запасів	0,38	0,73	0,92	0,57	0,81	0,35	0,19	-0,35
Коефіцієнт покриття запасів	= 1,5	Коефіцієнт покриття запасів	1,25	0,73	1,17	1,13	1,99	-0,52	0,44	-0,04
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	>0,5	Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,32	0,57	0,66	0,51	0,38	0,25	0,09	-0,15

Показники	Нормативне значення	Формули розрахунку	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення		
								2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015
Коефіцієнт фінансової залежності	<2	Коефіцієнт фінансової залежності	3,16	1,75	1,52	1,98	2,6	-1,41	-0,23	0,46
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0; збільшення	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,95	0,98	0,99	1	0,99	0,03	0,01	0,01
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,4–0,6	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,68	0,43	0,34	0,49	0,62	-0,25	-0,09	0,15
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	>=0,5 критичне значення - 1	Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	0,46	1,33	1,93	1,02	0,62	0,87	0,6	-0,9
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,85 - 0,9	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,32	0,57	0,66	0,51	0,38	0,25	0,09	-0,15

* Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

Динаміка показників ділової активності ТОВ «Гейзер» за 2013-2017 рр.%

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення, +		
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015
Оборотність активів, ресурсовіддача, коефіцієнт трансформації, (обороту)	17,31	15,08	35,38	16,78	16,14	-2,23	20,3	-18,6
Фондовіддача	1293,14	1358,67	9994,67	7588	7457,1	65,53	8636	-2406,67
Коефіцієнт оборотності обігових коштів (обороту)	17,6	15,31	35,61	16,84	16,18	-2,29	20,3	-18,77
Період одного обороту обігових коштів (днів)	20,46	23,52	10,11	21,37	22,25	3,06	-13,41	11,26
Коефіцієнт оборотності запасів (обороту)	20,98	18,31	47,46	19,51	25,78	-2,67	29,15	-27,95
Період одного обороту запасів (днів)	17,16	19,66	7,58	18,45	13,96	2,5	-12,08	10,87
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (обороту)	144,45	119,56	124,67	112,58	65,44	-24,89	5,11	-12,09

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення, +/-			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Період погашення дебіторської заборгованості (днів)	2,49	3,01	2,89	3,2	5,5	0,52	-0,12	0,31	2,3
Коефіцієнт оборотності готової продукції (оборотів)	22,04	19,38	49,97	20,5	26,95	-2,66	30,59	-29,47	6,45
Період погашення кредиторської заборгованості (днів)	14,95	9,21	1,92	8,49	12,56	-5,74	-7,29	6,57	4,07
Коефіцієнт оборотності власного капіталу (оборотів)	54,75	34,57	53,73	29,83	38,31	-20,18	19,16	-23,9	8,48

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства (Додаток Д)

Переваги та недоліки форм здійснення міжнародної діяльності

Форма здійснення ЗЕД	Переваги	
Експорт	<p>Невеликі капіталовкладення (в приймаючій країні фірмі не потрібно створювати операційні споруди або налагоджувати мережу контактів)</p> <p>Менший ризик здійснення діяльності</p> <p>Можливість використання економії за рахунок масштабу</p> <p>Велика розмаїтість зарубіжних ринків для реалізації вітчизняної продукції, в зв'язку з цим – збільшення обсягу продажів товарів</p> <p>За допомогою Інтернету невеликі або недосвідчені фірми отримують доступ до міжнародних ринків збереження контролю</p> <p>Підтримка виробництва всередині країни</p>	<p>Фірма не використовує обмежена можливість пр конкурентів</p> <p>Небезпека появи залежності</p> <p>Уразливість перед зарубіжними ринками (Вступають в силу торгові умови)</p> <p>Доводиться нести транспортні витрати</p> <p>Безліч проблем, пов'язаних з відстані, з закордонним іноземним валютною (чутливість до коливань курсу)</p> <p>Обмежена можливість операційного попиту</p>
Імпорт	<p>Відсутність ризику, пов'язаного з присутністю організації на зовнішньому ринку</p> <p>Відсутність необхідності проведення аналізу зарубіжного ринку</p>	<p>Відсутність можливості отримати свою продукцію на зарубіжних ринках</p> <p>Високі витрати, пов'язані з транспортом виробників</p> <p>Зниження попиту на продукцію при ввезенні товарів з-за кордону</p>
Управління з контрактом	<p>Спосіб виходу на зарубіжний ринок з мінімальним ризиком</p> <p>Отримання доходу з самого початку діяльності</p>	<p>Угода на здійснення комерційної діяльності обмежена за часом, і в разі невиконання будуть замінені місцевими виробниками</p> <p>іноземну присутність</p> <p>Управління за контрактом</p> <p>можливості створити власну фірму</p>
Підрядне виробництво (висновок контрактів з зарубіжними виробниками)	<p>Вихід для організації при дефіциті власних потужностей і наявності великих перешкод для експорту в відповідну країну або його високу вартість</p> <p>У деяких випадках виробництво продукції в чужій країні обходиться дешевше завдяки низьким матеріальним витратам і невисокому рівню заробітної плати (офшорна зона)</p>	<p>Менший контроль фірми за діяльністю</p> <p>Втрати, пов'язані з таким видом діяльності</p>

Ліцензування	<p>Невисока потреба в інвестиціях (Можливість ліцензіара брати участь в виробництві і реалізації продукції за кордоном з відносно невеликими витратами)</p> <p>Обмеження різного роду ризиків, лімітовані зобов'язання</p> <p>Крім ноу-хау за кордон не вивозяться ніякі матеріальні цінності</p> <p>Ліцензіар позбавляється від необхідності прояви власної активності, внаслідок чого воно дуже популярне у малих і середніх підприємств</p> <p>Обумовлений у договорі розмір доходу за рахунок продажу прав на виробництво та маркетинг</p>	<p>Складно знайти підходящі договірні умови</p> <p>Мінімальний рівень реалізації (з боку ліцензіара)</p> <p>Втрата конкурентної переваги, якщо не оперативно досягне успіху, протягом терміну контракту фірма може втратити місце</p> <p>Обмежені місцеві переваги</p>
Франчайзинг (різновид ліцензування)	<p>Невисока потреба в інвестиціях (ризик, пов'язаний з входженням на новий ринок, інвестиційні та виробничі витрати зведені до мінімуму), лімітовані зобов'язання</p> <p>Крім ноу-хау за кордон не вивозяться ніякі матеріальні цінності.</p> <p>Обумовлений у договорі розмір доходу за рахунок продажу прав на виробництво та маркетинг</p>	<p>Мінімальний рівень реалізації (з боку франчайзера (жорстка угода надання послуги))</p> <p>Недостатнє врахування місцевих умов</p> <p>Втрата конкурентної переваги</p> <p>Обмежені місцеві переваги</p>
Стратегічні альянси і спільні підприємства	<p>Мінімізація ризику (поділ ризику і витрат)</p> <p>Потреба в менших витратах в порівнянні з створенням власного виробничого філії</p> <p>Комбінація доповнюючих ресурсів і ноу-хау; збільшення знань в глобальному масштабі</p> <p>Спільне управління і контроль за спільною діяльністю</p> <p>Отримання синергетичного ефекту в результаті спільного володіння закордонним виробництвом з місцевим партнером</p> <p>Уряд вітає такий режим виходу на ринок і навіть іноді висуває його як необхідну умову</p> <p>Зміцнення конкурентних позицій на міжнародному ринку</p>	<p>Необхідність високодеталізованих договірних умов</p> <p>Складно знайти підходящі договірні умови</p> <p>Цілі партнерів можуть відрізнятися, що призводить до конфліктів між партнерами (особливо щодо капітальних вкладень у діяльність)</p> <p>Найчастіше завершуються невдачею</p> <p>Продовження термінів припинення</p>

Зарубіжна філія	<p>Відсутність обов'язку ділитися прибутком, локалізація виробництва</p> <p>Великі можливості для оптимізації податків Додатковий ефект (довгостроковість присутності на ринку, необмежений обсяг продукції, що випускається, в результаті) порівняно з постачанням готової продукції як наслідок - більший прибуток</p> <p>Максимальний контроль за діяльністю компанії</p> <p>Місцеві менеджери зазвичай добре орієнтуються в економічних, культурних, політичних умовах своєї країни</p>	<p>Максимум відповідальності</p> <p>Значні інвестиції в прийом</p> <p>Можлива непопулярність з</p>
Закордонне дочірнє підприємство	<p>Найбільший потенціал для отримання прибутку</p> <p>Збереження повного контролю над своїми ресурсами і стратегічними можливостями</p> <p>Економія за рахунок більш дешевої сировини, за рахунок пільг, що надаються іноземними урядами закордонним вкладникам (Можливість отримання фінансової підтримки), за рахунок скорочення транспортних витрат і т.д.</p> <p>Створюючи робочі місця, фірма забезпечує собі більш сприятливий образ в країні - партнері</p> <p>Встановлення більш глибоких відносин з клієнтами, постачальниками і дистрибуторами приймаючої країни, що дає можливість краще пристосовувати свої товари до місцевого маркетингового середовища</p> <p>Можливість розробляти такі політичні установки в області виробництва і маркетингу, які будуть відповідати її довгостроковим завданням в міжнародному масштабі</p>	<p>Необхідність вивчення рин</p> <p>Придбання матеріалів, на</p> <p>менеджерам компанії культ</p> <p>Створення нового підприєм</p> <p>Максимальний ступінь риз</p>

Фінансова звітність підприємства за 2015-2017 рр.

Додаток І

**Розробка системи взаємозв'язків підрозділу планування
зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гейзер» з іншими структурними
підрозділами підприємства**

Отримує	Надає
З відділом маркетингу	
1. Стан та прогнози розвитку попиту на продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринках, відомості про проведення виставок та ярмарок.	1. Відомості про укладені договори на поставку продукції, дані про відмови від продукції, поквартальні дані про кількість експортно-імпоротної продукції, що поставляється, за номенклатурою, передбаченою укладеними контрактами.
З бухгалтерією	
1. Квартальні підсумкові дані про рух експортно-імпоротної продукції. Підсумки інвентаризації експортно-імпоротної продукції. Дані про наявність на складі експортно-імпоротної продукції у сумарному вираженні на 1-е число кожного місяця.	1. Комплект товарно-транспортних документів, прикладні до них документи на відвантаження експортно-імпоротної продукції, що відвантажується, податкові накладні.
З відділом транспортного забезпечення	
1. Транспорт для відправлення експортно-імпоротної продукції, вантажників для навантаження та експедиторів для супроводження вантажу.	1. Заявки на необхідні транспортні засоби.
З валютно-фінансовим відділом	
1. Повідомлення банку про виставлені замовниками акредитиви (для виконання). 2. Повідомлення про покупців, що допустили прострочку оплати рахунків або відмовилися від їх акцепту. 3. Щоденні виписки банку про надходження грошових коштів.	1. Необхідну інформацію на відвантажену експортно-імпортну продукцію.
4. Виписки про надходження грошових коштів через касу підприємства. 5. Дані про дебіторську та кредиторську заборгованість щотижнево. 6. Дебіторська та кредиторська заборгованість щотижнево.	Необхідний повний супровід документально по проведеним операціям.

Продовження Додатку I

З відділом кадрів	
1. Штатний розклад.	1.Звітність з питань руху, підбору, розстановки та виховання кадрів.
2. Річні та перспективні плани потреб в кадрах, вказівки з питань підбору, розстановки кадрів.	2.Пропозиції по проектах штатних розкладів та удосконаленню організації та нормування праці.
З проектним відділом	
1. Документи, що засвідчують якість експортно-імпоротної продукції (сертифікати, паспорти). Відомості про рекламачії, що надходять на продукцію.	Що вся продукція відповідає дійсності
2. Документацію, належну відправці замовнику разом з експортно-імпоротною продукцією	

Джерело: складено автором

ПОЛОЖЕННЯ ПРО ВІДДІЛ ЗЕД

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Відділ планування ЗЕД є структурним підрозділом підприємства і підкоряється комерційному директору заводу.

1.2 Відділ ЗЕД очолює начальник відділу.

1.3 Структуру і штати відділу затверджує генеральний директор підприємства, виходячи з умов і особливостей виробництва.

2. ЗАВДАННЯ

2.1 Організація комплексного вивчення та аналіз зарубіжних ринків, перспектив їх розвитку з метою одержання інформації щодо співвідношення попиту і пропозиції.

2.2 Розробка поточних та перспективних планів зовнішньоекономічної діяльності підприємства, прийняття стратегічних рішень з орієнтацією на ринок (умови попиту та конкуренції).

2.3 Визначення сегментів ринку з метою вибору варіанту орієнтації виробничо-збутової політики, уточнення характеру і диференціації попиту.

2.4 Координація роботи з проведення експортно-імпортних операцій.

2.5 Організація роботи з вивчення кон'юнктури цін та вироблення форм взаємовідношень (контрактна довгострокова основа, одноразова закупівля тощо) і готує матеріали для укладання контрактів з іноземними фірмами, організовує реєстрацію зовнішньоекономічних договорів (контрактів) в органах реєстрації.

3. ФУНКЦІЇ

3.1 Аналіз і прогнозування основних кон'юктурообразуючих чинників потенційних ринків збуту продукції, що випускається підприємством: комерційно-економічних, включаючи економічну ситуацію і фінансовий стан потенційних покупців, реальний платоспроможний попит на продукцію, що випускається, і співвідношення попиту і пропозиції на конкретні види продукції; об'ємів постачання, технічного рівня і якості конкуруючої продукції, її переваг і недоліків в порівнянні з продукцією даного підприємства; наявність нових ринків збуту і нових споживачів випускаємої продукції.

3.2 Забезпечення одержанню ліцензій у випадках, передбачених чинним законодавством, а також декларуванню і своєчасному митному оформленню експортно-імпортних вантажів підприємства.

3.3 Здійснення контролю за виконанням експортно-імпортних поставок.

3.4 Облік виконання всіх зовнішньоекономічних договорів з експорту продукції підприємства та імпорту товарів за бартерними контрактами.

3.5 Участь у підготовці техніко-економічних обґрунтувань до контрактів з іноземними покупцями.

3.6 Організовія пошука вірогідних джерел інформації щодо кон'юнктури світового ринку та продукції підприємства з метою подальшого просування її на світовий ринок.

3.7 Забезпечення перекладу з іноземних мов національною мовою необхідної інформації з іноземних джерел.

3.8 Організація проведення ділових зустрічей і переговорів із зарубіжними партнерами.

3.9 Участь в організації реклами на продукцію підприємства, яка експортується та сприяння підвищенню конкурентоспроможності продукції підприємства на зовнішньому ринку.

3.10 Організація підготовки, обліку та аналізу річних контрактів та разових договорів з іноземними фірмами.

3.11 Забезпечення складання і подання необхідної статистичної звітності про зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

4. ПРАВА

Начальник відділу планування ЗЕД має право:

4.1 Вимагати від підрозділів підприємства представлення матеріалів, необхідних для здійснення роботи, що входить в компетенцію відділу.

4.2 Вносити пропозиції, що враховують вимоги споживачів по розробці і організації виробництва нових виробів, модернізації, підвищенню надійності, якості і конкурентоспроможності продукції, що випускається.

4.3 Давати пропозиції по усуненню недоліків в конструкції і технології виробництва продукції, що виявилися в процесі її експлуатації у споживачів.

4.4 Бути представником в господарських, планових, постачальницько-збутових, транспортних і інших організаціях по питаннях, пов'язаних з плануванням і організацією постачань готовій продукції, технічного обслуговування, технічного обслуговування і зовнішньоекономічною діяльністю.

4.6 Аналізувати причини відмов і вносити пропозиції по вдосконаленню конструкцій і підвищенню якості виготовлення продукції (виробів).

4.7 Визначати основні напрями діяльності відділу, встановлювати круг питань, що відносяться до обов'язків співробітників, характер роботи, їх відповідальність, підписувати посадові інструкції для співробітників відділу.

4.8 Вносити пропозиції про преміювання працівників відповідно до систем оплати праці, що діють на підприємстві.

4.9 Накладати, відповідно до трудового законодавства, дисциплінарні стягнення на працівників відділу за порушення трудової і виробничої дисципліни.

4.10 Привертати, в установленому порядку, фахівців і працівників підприємства для проведення досліджень по вивченню кон'юнктури ринку, потреби і платоспроможного попиту, реклами, технічному обслуговуванню.

4.11 Організовувати виставки-ярмарки по реалізації своєї продукції.

5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ.

Всю повноту відповідальності за якість і своєчасність виконання покладених справжнім Положенням на відділ завдань і функцій несе начальник відділу планування ЗЕД. Ступінь відповідальності інших працівників встановлюється посадовими інструкціями.

Додаток К

Прогноз фінансових результатів проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за песимістичним сценарієм розвитку, тис. грн.

Параметр	План		Прогноз		Разом
	2018	2019	2020	2021	
Чистий дохід від реалізації послуг, тис.грн.	377,85	377,85	377,85	377,85	1366,4
Собівартість наданих послуг, тис.грн.	38	38	38	38	38
Валовий прибуток, тис.грн.	432,14	432,14	432,14	432,14	918,4
Адміністративні і збутові витрати, тис.грн.	239,3	239,3	239,3	239,3	449,7
Прибуток від реалізації наданих послуг, тис.грн.	332,84	332,84	332,84	332,84	483,7
Податок на прибуток підприємства (18 %), тис.грн.	43,51	43,51	43,51	43,51	64,8
Чистий прибуток, тис.грн.	255,33	255,33	255,33	255,33	417,9
Рентабельність, %	23,5	23,5	23,5	23,5	35,3
Амортизація, тис.грн	9,6	9,6	9,6	9,6	19,2
Грошовий потік по проекту, тис.грн	270,93	270,93	270,93	270,93	425,1
Сукупні інвестиційні витрати, тис.грн	327,3	327,3	327,3	327,3	327,3

Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 25\%$	0,5	0,5	0,5	0,5	-
Дисконтовані грошові потоки, тис.грн	210,74	30,74	45,74	27,86	269,41
Дисконтовані інвестиції, тис.грн	317,3	317,3	317,3	317,3	-
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн	1435,44	1125,44	1405,44	1239,36	-
Індекс прибутковості (PI)	3,3	3,3	3,3	332,84	-
Термін окупності інвестицій (РВР), років	1,6	1,6	1,6	1,6	-
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	1,3	1,3	1,3	1,3	-

Джерело: складено автором

***Шановний пане голову, шановні члени
державної екзаменаційної комісії!***

До Вашої уваги пропонується короткий виклад змісту випускної кваліфікаційної роботи на тему: **«Міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу»** на матеріалах ТОВ «Гейзер» м. Київ.

На основі міжнародної статистики та статистики України по кількості МП та чисельності зайнятих бачимо наступні дані

Кількість МП в різних країнах світу складає ...

Тому Я хотів би продовжити доповідь на базі ТОВ «Гейзер» .

Товариство з обмеженою відповідальністю «Гейзер» (ТОВ «Гейзер») працює на українському ринку опалювального обладнання з 1995 року. Основним видом діяльності підприємства є експорт, імпорт та продаж товарів власного виробництва. Висока кваліфікація фахівців підприємства і гнучка цінова політика дозволили ТОВ «Гейзер» створити широку партнерську мережу на території України, в яку зараз входить більше 200 компаній.

Для своїх партнерів і кінцевих споживачів ТОВ «Гейзер» пропонує:

- комплексні інженерні рішення питань тепло- та водопостачання (проектні, монтажні, пусконаладжувальні роботи, сервісне обслуговування);
- рекомендації та консультації по підборі та встановленню обладнання;
- офіційне представництво європейських виробників в Україні.

На основі проведеного аналізу та статистичних даних видно, що на підприємстві усі показники ліквідності, рентабельності, та ефективності знаходяться в нормі показники фінансової діяльності, ліквідності, рентабельності та ефективності знаходяться в нормі, можна сказати що підприємство розвивається і є перспективним.

Представляю інформацію по динаміці обсягів імпорту за асортиментом та географічну структуру імпорту за країнами .

Також до уваги надаю інформацію по динаміці обсягів експорту за асортиментом та географічну структуру експорту за країнами.

Зробивши аналіз ефективності МЕД ТОВ «Гейзер» бачимо що підприємство є ефективним на що вказують стабільні показники його діяльності.

Проаналізувавши вплив зовнішнього середовища на ефективність експортно-імпортової діяльності ТОВ «Гейзер» із застосуванням PEST – аналізу бачимо ряд факторів, які впливають зовні на діяльність підприємства.

На основі матриці SWOT-аналізу ТОВ «Гейзер» мсиожна виділити такі сильні сторони як :

- високий рівень професіоналізму персоналу
- великий вибір продукції серед потужних відомих брендів
- налагоджена збутова мережа;
- великий рекламний бюджет;
- постійний аналіз споживчих переваг

Якщо підприємство буде здійснювати діяльність без змін то можна зробити прогноз по імпорту та експорту на період з 2019- 2021 рр.

Тому хочу запропонувати зміни в структурі відділу ЗЕД яку надаю у вигляді наступної схеми

Пропоноване функціональне спрямування міжнародної економічної діяльності відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер надаю у вигляді наступної схеми

Прогноз фінансових результатів проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за реалістичним сценарієм розвитку.

ТОВ «Гейзер» є прибутковим та перспективним підприємством, яке розвивається, має високий рівень управління, організаційну структуру, професійний персонал, позитивну динаміку росту фінансових результатів та зростанням активів.

Для розвитку підприємства необхідні залучити додаткові зовнішні інвестиції та провести внутрішні зміни, щоб підприємство могло нарощувати об'єми продажів та розвивати асортимент продукції для збільшення своєї конкурентоспроможності.

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему:

«Міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу»

(на матеріалах ТОВ «Гейзер» м. Київ)

Студента 2 курсу, 1м групи,

Факультету міжнародної торгівлі

та права, заочної форми навчання,

спеціальності 051 Економіка

спеціалізації Міжнародна економіка

Науковий керівник

кандидат економічних наук,

старший викладач

Конька

Володимира

Івановича

Слоква

Марина

Григорівна

Київ 2018

Випускна кваліфікаційна робота: 140 с., 14 рис., 35 табл.,

9 додатків, 128 джерел.

Об'єкт дослідження – процес здійснення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти здійснення міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «Гейзер», м. Київ.

Мета випускної кваліфікаційної роботи – обґрунтування теоретичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на планування і розвиток міжнародної економічної діяльності вітчизняних малих підприємств в сучасних умовах висококонкурентного ринку, розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності управлінських рішень з питань реалізації міжнародної економічної діяльності та прогноз підвищення показників господарської діяльності підприємства після впровадження запропонованих заходів.

Завдання дослідження:

- розглянути поняття міжнародної економічної діяльності;
- дослідити чинники розвитку міжнародної економічної діяльності;
- розглянути методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності;
- дослідити сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства малого бізнесу;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «Гейзер»;
- провести аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» та оцінка її ефективності;

— виявити вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»;

— запропонувати основні заходи по удосконаленню міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».

— виконати прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».

Методи дослідження: системно-функціонального, порівняльного аналізу, абстракції, індукції та дедукції, економіко-статистичних методів збору і обробки інформації, матричного методу, статистичного методу, методу прогнозування.

У вступі обґрунтовано актуальність обраної теми та її практична значимість; сформовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження; виявлено ступінь її розкриття в економічній літературі вітчизняними і зарубіжними науковцями; описано методи дослідження які були використані у роботі.

У першому розділі «Теоретико-методичні основи дослідження міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу» було розглянуто поняття міжнародної економічної діяльності. Досліджено чинники розвитку міжнародної економічної діяльності. Розглянуто методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності, що дозволяють усебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

У другому розділі «Діагностика міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» досліджено сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства малого бізнесу. Проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «Гейзер», та встановлено, що підприємство є прибутковим, чистий прибуток в 2017 році склав 1037 тис.грн.. Протягом 2013-2017 року підприємство є ліквідним,

платоспроможним та фінансово стійким. Відбувається зростання показників рентабельності підприємства, що свідчить про ефективну діяльність ТОВ «Гейзер» протягом аналізованого періоду.

Проведено аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» та оцінку її ефективності, і визначено, що ТОВ «Гейзер» здійснює міжнародну економічну діяльність у розрізі як експортних, так і імпорتنих операцій.

У третьому розділі «Напрями удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» виявлено вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер». Проведений аналіз впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» із застосуванням PEST – аналізу дозволив встановити, що є ряд факторів, які суттєво впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер». До них в основному належать нестабільна політична та економічна ситуація в країні. Основними ризиками міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» є економічні (інфляція, зокрема, зростання курсу долара), політичні (зростання невпевненості в умовах ведення бізнесу). Фактори, які позитивно впливають на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Гейзер», це, в основному розширення асортименту продукції, мотивація трудової діяльності в товаристві та зростання попиту на продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Аналіз внутрішнього середовища показав, що ТОВ «Гейзер» є перспективним підприємством, яке розвивається, має високий рівень управління, організаційну структуру, яка адекватно відповідає потребам в управлінні, професійний персонал з низьким рівнем плинності та високим рівнем вмотивованості, середньою маркетинговою активністю, позитивною динамікою росту фінансових результатів та зростанням активів.

Запропоновано удосконалення міжнародної економічної діяльності

ТОВ «Гейзер» шляхом реорганізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер». Ця реорганізація полягає у відокремленні експортно-імпортних операцій, що здійснюються з країнами близького (СНД) та далекого (країни ЄС, Азії) зарубіжжя з об'єднанням функцій маркетингового та збутового відділів.

Виконано прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер», та визначено, що дохід від реалізації продукції після модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» щорічно зростатиме на 0,5%. В загальному, чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Гейзер» після модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за перші 2 роки буде зростати. Індекс прибутковості проекту модернізації відділу ЗЕД ТОВ «Гейзер» за песимістичним сценарієм розвитку становить 1,04 – проект є ефективним. Термін окупності проекту становить 1,6 роки. Внутрішня норма рентабельності – 1,3%.

Висновки та пропозиції містять узагальнені теоретико-методологічні положення щодо планування і розвитку міжнародної економічної діяльності вітчизняних малих підприємств.

АНОТАЦІЯ

Конька Володимира Івановича

«Міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу»

(на матеріалах ТОВ «Гейзер» м. Київ)

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент», спеціалізації «Менеджмент ЗЕД». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто поняття міжнародної економічної діяльності; досліджено чинники розвитку міжнародної економічної діяльності; розглянуто методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності; досліджено сучасні тенденції розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства малого бізнесу; проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «Гейзер»; проведено аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер» та оцінку її ефективності; виявлено вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на ефективність міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»; запропоновано основні заходи по удосконаленню міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер»; виконано прогностичну оцінку ефективності запропонованих заходів щодо удосконалення міжнародної економічної діяльності ТОВ «Гейзер».

Ключові слова: міжнародна економічна діяльність, малий бізнес, підприємства малого бізнесу.

ANNOTATION

Konko Volodymyr

"International economic activity of small business enterprises"

(on materials of Geyser Ltd, Kiev)

Graduation qualifying work for obtaining a master's degree in specialty 073 "Management", specialization "Management of Foreign Economic Affairs". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

In the final qualification work the concept of international economic activity is considered; the factors of development of international economic activity are researched; methodical approaches to the estimation of the efficiency of international economic activity are considered; modern tendencies of development of international economic activity of small business enterprise are researched; the financial and economic activity of Geyser LLC was analyzed; The analysis of international economic activity of "Geyser" Ltd and its efficiency evaluation was conducted; The influence of factors of internal and external environment on the efficiency of international economic activity of "Geyser" LLC was revealed; the main measures for improvement of international economic activity of "Geyser" LLC were proposed; the projected estimation of the effectiveness of the proposed measures to improve the international economic activity of LLC Geyser is carried out.

Key words: international economic activity, small business, small business enterprises.

