

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Міжнародні комерційні операції підприємств малого бізнесу

(на матеріалах ТОВ «АРХІМАСТ-М», м. Бровари)

Студентки 2 курсу, 9м групи,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний бізнес»

Мельник
Оксани Петрівни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
доцент

Дьяченко
Ольга Володимирівна

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук,
професор

Калюжна
Наталія Геннадіївна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Мельник О.П.

Міжнародні комерційні операції підприємств малого бізнесу

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» спеціалізації «Міжнародний бізнес». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018.

У випускній кваліфікаційній роботі уточнено сутність та систематизовано види міжнародних комерційних операцій; визначено роль малого бізнесу в економіці країни; наведено методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу; досліджено тенденції розвитку малого бізнесу в Україні; проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «АРХІМАСТ-М»; оцінено ефективність міжнародних комерційних операцій досліджуваного підприємства; досліджено зарубіжний досвід підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій; розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М»; здійснено прогнозну оцінку діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» за умови впровадження запропонованих заходів

Ключові слова: міжнародні комерційні операції, ефективність, експорт, малий бізнес, мале підприємництво.

SUMMARY

Melnik O.P.

International business operations of small businesses enterprises

Final qualifying works for obtaining Master of specialty 292 "International Economic Relations", specialization "International Business". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

In the final qualification work the essence and systematized types of international commercial transactions are specified; the role of small business in the national economy is determined; the methodical approaches to the estimation of efficiency of international commercial operations of small business enterprises are given; the tendencies of small business development in Ukraine are investigated; analyzed the financial and economic activity of LLC "ARHIMAST-M"; the efficiency of international business operations of the investigated enterprise is estimated; the foreign experience of improving the efficiency of international business operations is researched; complex of measures aimed at increasing the efficiency of international commercial operations of LLC "ARHIMAST-M" was developed; forecast evaluation of activity of LLC "ARHIMAST-M" is carried out subject to the implementation of the proposed measures

Key words: international commercial operations, efficiency, export, small business.

РЕФЕРАТ

ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ на тему:

«Міжнародні комерційні операції підприємств малого бізнесу»

(на матеріалах ТОВ «АРХІМАСТ-М», м. Бровари)

Студентки 2 курсу, 9м групи,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний бізнес»

Мельник
Оксани Петрівни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
доцент

Дьяченко
Ольга Володимирівна

Київ 2018

Випускна кваліфікаційна робота: 117 с., 13 рис., 30 табл.,
1 додаток, 77 джерел

Об'єкт дослідження – процес здійснення міжнародних комерційних операцій підприємствами малого бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні засади здійснення міжнародних комерційних операцій підприємствами малого бізнесу.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «АРХІМАСТ-М», м. Бровари.

Мета дослідження – розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємства малого бізнесу.

Методи дослідження. Систематизації та узагальнення (при уточненні сутності міжнародних комерційних операцій, класифікації їх видів); системний та порівняльний аналіз (при дослідженні методичних підходів до оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу); абстрактно-логічний (для обґрунтування теоретичних узагальнень та формулювання висновків); аналіз та синтез (для оцінки динамічних та структурних зрушень у діяльності досліджуваного підприємства та її ефективності); статистико-економічний (для аналізу стану і динаміки діяльності підприємства) та ін.

У вступі обґрунтовано актуальність та практичну значущість обраної теми; сформовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження; розкрито теоретичну та методичну основу дослідження; наведено методи дослідження, які були використанні в роботі.

У першому розділі «Теоретико-методичні засади дослідження міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу» уточнено сутність та систематизовано види міжнародних комерційних операцій; визначено роль малого бізнесу в економіці країни; наведено методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу.

Аналіз наукових підходів до визначення поняття «міжнародна комерційна операція» показав, що комерційний характер міжнародних операцій визначається тим, що кінцевою метою їх здійснення є отримання прибутку. До комерційних операцій не відносяться операції, пов'язані з наданням гуманітарної допомоги, підтримання міжнародних зв'язків у сферах освіти, культури, спорту тощо. Існує три основних підходи до визначення належності підприємства до категорії малого або середнього: кількісний, якісний та комбінований підходи. На основі узагальнення теоретичних досліджень було визначено, що малі підприємства виконують в економіці країни низку важливих та специфічних функцій: соціальна, економічна, ресурсна, творча, інституційна, культурна. Критерієм ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу є максимум чистого доходу від міжнародної комерційної діяльності. Для оцінки ефективності

діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу застосовується системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду міжнародної комерційної операції.

У другому розділі «Дослідження міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» досліджено тенденції розвитку малого бізнесу в Україні; проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «АРХІМАСТ-М»; оцінено ефективність міжнародних комерційних операцій досліджуваного підприємства.

Розвинутий малий бізнес є ознакою прогресивної економіки. Тому більшість політичних та економічних програм в передових країнах світу відштовхуються від принципу “Think first small” (“Спочатку думай про малих”). Розвиток малого бізнесу залежить в основному від двох основних умов: внутрішньої економічної ситуації в країні в цілому та її регіонах і здатності конкретного підприємця використати дані йому права для реалізації своїх господарських цілей. Можна стверджувати, що на сьогодні головна проблема розвитку малого бізнесу – у площині якості державного управління. «Тіньова економіка є породженням корумпованої системи державного управління». Проблеми державного управління – системна корупція і, як наслідок, вибіркове виконання законодавства. В Україні на сьогодні державна політика щодо малого бізнесу в своїй основі є «реактивною», тобто є реакцією органів державної влади або на зовнішні подразники, або на наполегливі вимоги малого бізнесу. Основний вид діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» – виробництво деревинно-плитних матеріалів. Аналіз засвідчив, що стан фінансово-господарської діяльності підприємства є задовільним. ТОВ «АРХІМАСТ-М» експортує продукцію власного виробництва, яка відповідає міжнародним вимогам. Більше 40% виробленої підприємством продукції реалізується на експорт. Оцінку ефективності експорту підприємства здійснено за усіма товарними групами та країнами-контрагентами. Починаючи з 2015 р. простежується тенденція до зменшення ефективності експортних операцій.

У третьому розділі «Підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» досліджено зарубіжний досвід підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій; розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М»; здійснено прогностичну оцінку діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» за умови впровадження запропонованих заходів.

За результатами дослідження зарубіжного досвіду, на нашу думку, підвищенню ефективності міжнародних комерційних операцій досліджуваного підприємства сприятиме реалізація комплексу заходів: здійснення маркетингових досліджень ринків, участь у міжнародних виставках, впровадження комплексної системи аналізу та управління ризиками. Отримані результати прогнозування як показників експорту, так і фінансових результатів діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», засвідчили ефективність впровадження запропонованих заходів у діяльність підприємства.

Висновки та пропозиції містять теоретичні положення, узагальнюють результати аналізу об'єкта дослідження та конкретизують пропозиції щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М».

ВСТУП**3**

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ
ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ
ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

6

- 1.1. Сутність та види міжнародних комерційних операцій 6
- 1.2. Роль малого бізнесу в економіці країни 14
- 1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних
комерційних операцій підприємств малого бізнесу 24
- Висновки до Розділу 1 35

**РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ
ОПЕРАЦІЙ ТОВ «АРХІМАСТ-М»**

37

- 2.1. Тенденції розвитку малого бізнесу в Україні 37
- 2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності
ТОВ «АРХІМАСТ-М» 45
- 2.3. Оцінка ефективності міжнародних комерційних операцій
ТОВ АРХІМАСТ-М» 54
- Висновки до Розділу 2 66

**РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ
КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ «АРХІМАСТ-М»**

68

- 3.1. Зарубіжний досвід підвищення ефективності
міжнародних комерційних операцій 68
- 3.2. Розробка комплексу заходів щодо підвищення
ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ
«АРХІМАСТ-М» 76
- 3.3. Прогнозна оцінка діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» за
умови впровадження запропонованих заходів 84
- Висновки до Розділу 3 92

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**94****СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ****100****ДОДАТКИ****108****ВСТУП**

Актуальність теми дослідження. В умовах нестабільного політичного та економічного розвитку України малий бізнес набуває особливої ролі та

стає перспективним механізмом для створення як внутрішнього, так і зовнішнього конкурентного середовища. Малий бізнес розглядається як окремий сектор ринкової економіки. Останнім часом проблема функціонування підприємств малого бізнесу, що здійснюють міжнародну комерційну діяльність, як ніколи, стала нагальною не тільки в нашій державі, а навіть у розвинених країнах. Малий бізнес виконує низку найважливіших економічних і соціальних завдань. Крім податкових відрахувань до бюджетів усіх рівнів, він розвиває реальний сектор економіки, створює додаткові робочі місця, сприяє конкуренції. Тому розвиток міжнародної комерційної діяльності підприємств малого бізнесу є важливим завданням держави. Всебічне та системне проведення дослідження процесів розвитку малого бізнесу є особливо актуальним, коли економічні та соціальні проблеми далі загострюються. В умовах глобалізації світової економіки і підвищення ролі міжнародної економічної діяльності для підприємств малого бізнесу найважливішим завданням є здійснення ефективних міжнародних комерційних операцій.

Багатоаспектність напрямів дослідження, пошук підходів щодо підтримки й економічного розвитку малого бізнесу набули свого висвітлення в наукових працях вітчизняних вчених: Є. Ахромкіна, І. Бузько З. Варналія, В. Гейця, Ю. Д'яченко, В. Дубровського, П. Єгорова, В. Захарченка, Д. Лук'яненка, В. Ляшенко, А. Малишеви, Г. Надьон, І. Рукіної, Д. Стеченко, І. Труніної, М. Пашкевич, Н. Прямухіної, Л. Сарани, Д. Циганкова, Л. Швайка, В. Філатова, О. Фінагіної та ін.

Об'єктом дослідження є процес здійснення міжнародних комерційних операцій підприємствами малого бізнесу.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади здійснення міжнародних комерційних операцій підприємствами малого бізнесу.

Метою дослідження є розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємства малого бізнесу.

Реалізація зазначеної мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- уточнити сутність та систематизувати види міжнародних комерційних операцій;
- визначити роль малого бізнесу в економіці країни;
- навести методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу;
- дослідити тенденції розвитку малого бізнесу в Україні;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «АРХІМАСТ-М»;
- оцінити ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М»;
- дослідити зарубіжний досвід підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій;
- розробити комплекс заходів щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М»;
- здійснити прогностичну оцінку діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» за умови впровадження запропонованих заходів.

У роботі використано такі методи дослідження: систематизації та узагальнення (при уточненні сутності міжнародних комерційних операцій, класифікації їх видів); системний та порівняльний аналіз (при дослідженні методичних підходів до оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу); абстрактно-логічний (для обґрунтування теоретичних узагальнень та формулювання висновків); аналіз та синтез (для оцінки динамічних та структурних зрушень у діяльності

досліджуваного підприємства та її ефективності); статистико-економічний (для аналізу стану і динаміки діяльності підприємства) та ін.

Інформаційною базою дослідження є теоретичні джерела, аналітичні матеріали, міжнародні та національні статистичні бази, економічна інформація, що характеризує діяльність ТОВ «АРХІМАСТ-М».

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність та види міжнародних комерційних операцій

Міжнародна торгівля вже протягом багатьох десятиліть є видом економічної діяльності, що розвивається найдинамічніше.

Міжнародні комерційні зв'язки є гнучкою багатоцільовою системою торгово-економічних, валютно-фінансових, виробничих і науково-технічних взаємин вітчизняних підприємств і організацій з іноземними контрагентами. Їх зусилля спрямовані на створення розвинутої структури міжнародних каналів товароруку з інтенсивним рівнем товаропотоків і розвиток нових прогресивних форм міжнародного співробітництва [1].

Об'єктивною основою формування міжнародних комерційних зв'язків є міжнародний поділ праці, поглиблення спеціалізації і кооперування на світовому ринку як бази для розширення міжнародного обміну товарами, послугами, знаннями з метою одержання найбільших економічних вигод з урахуванням різниці між інтернаціональною і національною вартістю експортованих та імпортованих видів продукції [2].

Способом реалізації міжнародних комерційних зв'язків є міжнародна комерційна діяльність, яка, у свою чергу, здійснюється шляхом міжнародних комерційних операцій.

Для уточнення сутності міжнародних комерційних операцій розглянемо підходи науковців до трактування цього поняття (табл. 1.1).

Комерційний характер міжнародних операцій визначається тим, що кінцевою метою їх здійснення є отримання прибутку. До комерційних операцій не відносяться операції, пов'язані з наданням гуманітарної допомоги, підтримання міжнародних зв'язків у сферах освіти, культури, спорту тощо [3].

Таблиця 1.1

**Підходи науковців до трактування поняття
«міжнародна комерційна операція»**

Автор, джерело	Трактування поняття «міжнародна комерційна операція»
Козик В.В. [4]	Сукупність ключових і другорядних (допоміжних) операцій, які здійснюються на взаємовигідній основі між партнерами різних країн. Мета операцій - реалізація угод, оформляються шляхом укладення договорів або контрактів про зовнішню торгівлю.
Варналій З. С. [5]	Вид взаємних дій суб'єктів - представників різних держав, які під час проведення операцій з переміщення товару або послуг знаходяться на території різних країн, внаслідок чого відбувається переміщення предмета договору (контракту) через державний кордон.
Апопій В. В. [6]	Окремі дії, які є частиною угоди або сама угода, пов'язана із зовнішньоекономічною діяльністю, яка може полягати в наданні послуг, виконанні робіт, реалізації товару або в фінансових перерахуваннях.
Коварш І. С. [7]	Операції, які пов'язані з виробничим і науково-технічним співробітництвом, обміном продукцією і послугами між країнами.
Виноградська А.М. [8]	Комплекс дій контрагентів різних країн, спрямований на організацію, регулювання різних видів діяльності в цілях здійснення торгового обміну матеріальними цінностями та послугами.
Багрова І.В. [9]	Набір технічних прийомів, послідовне застосування яких забезпечує реалізацію міжнародного договору купівлі-продажу.
Удовицька Є.А. [10]	Дії, спрямовані на організацію, проведення і регулювання процесу обміну товарами, послугами і результатами творчої діяльності між двома або кількома контрагентами різної національної належності.
Олексин І. І. [11]	Операції, що обслуговують обмін матеріальними цінностями та послугами
Красніков Д. О. [12]	Комплекс дій контрагентів різної державної належності з підготовки, укладення і виконання міжнародної торгової, науково-виробничої, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру.
Петренко А. Ю. [13]	Правова угода, що укладається особами різної державної приналежності з метою отримання прибутку: міжнародна купівля-продаж, міжнародний лізинг, міжнародне перевезення, міжнародні розрахунки і т.п.
Гермецька О. О. [14]	Окремі дії, які є частиною угоди або сама угода, пов'язана із міжнародною комерційною діяльністю, яка може полягати в наданні послуг, виконанні робіт, реалізації товару або фінансових перерахуваннях.
Багірзаде Т.А. [15]	Договір (угода) між двома або кількома сторонами, що знаходяться в різних країнах, про поставку встановлених (кількості і якості) товарних одиниць і (або) про надання послуг відповідно до узгоджених сторонами умовами.

Джерело: складено автором.

Міжнародні комерційні операції здійснюються на основі укладених торговельних угод, правовою формою яких є торгові договори.

Під міжнародним торговим договором розуміється угода між двома або кількома сторонами, що знаходяться в різних країнах, в якому обумовлюються умови поставки встановленої кількості товарних одиниць або надання певних видів послуг [16].

Для здійснення міжнародних комерційних операцій необхідна наявність суб'єктів і об'єктів діяльності. Суб'єктами таких операцій є організації, яким держава дала право виходу на міжнародний (зовнішній) ринок. В Україні такими суб'єктами є (рис. 1.1).

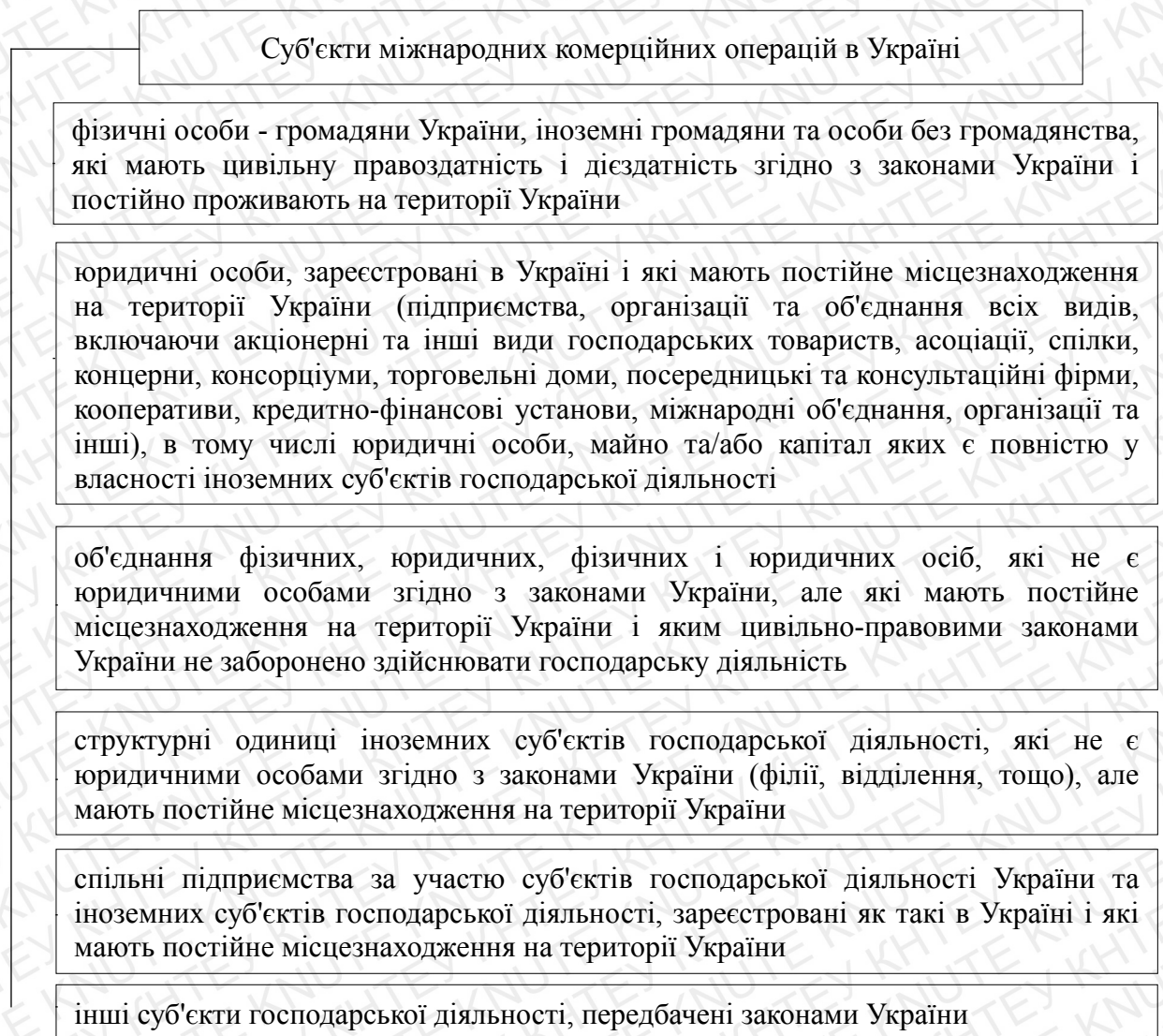


Рис. 1.1. Суб'єкти міжнародних комерційних операцій в Україні

Джерело: складено автором за [17].

Всі суб'єкти мають рівне право здійснювати міжнародні комерційні операції, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак [17].

Об'єктами міжнародних комерційних операцій є процеси, які проявляються в різних формах, це можуть бути: купівля-продаж, співпраця і т. п. [3].

Міжнародні комерційні операції класифікують за такими ознаками: залежно від об'єкта угоди, напрямку і характеру товарних поставок, методів торгівлі (рис. 1.2).

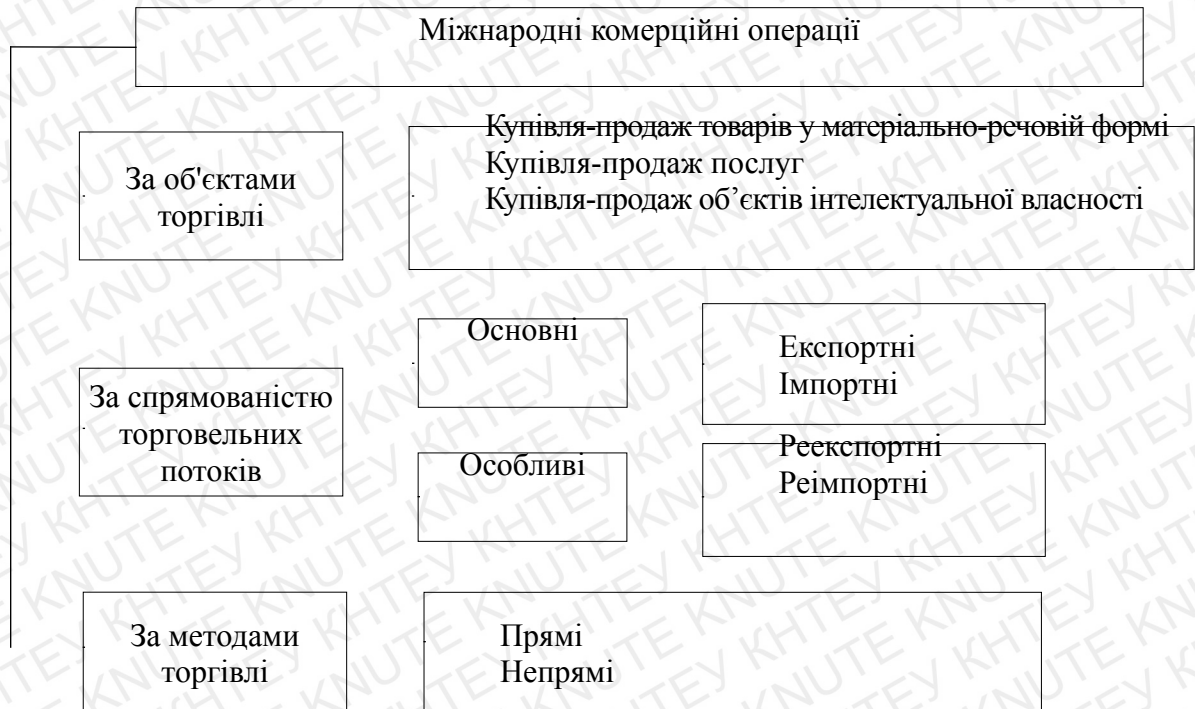


Рис. 1.2. Класифікація міжнародних комерційних операцій

Джерело: складено автором за [5; 8; 10].

Залежно від об'єктів торгівлі розрізняють три види міжнародних комерційних операцій:

- операції, спрямовані на купівлю-продаж продукції;
- операції, спрямовані на купівлю-продаж послуг;
- операції, спрямовані на купівлю-продаж результатів інтелектуальної діяльності.

Міжнародні комерційні операції купівлі-продажу товарів найбільш звичні для практичної діяльності компаній, що займаються зовнішньою торгівлею [10].

Купівля-продаж товарів полягає в угоді між продавцем і покупцем. Продавець бере на себе зобов'язання передати товар покупцеві в певні терміни і при дотриманні узгоджених умов. Покупець, в свою чергу, зобов'язується прийняти відправлений йому товар і оплатити його вартість, яка, знову ж таки, узгоджується при укладанні угоди [16].

Основними видами міжнародних комерційних операцій, пов'язаних з купівлею-продажем товарів є такі [12]:

- експортні – операції, спрямовані на продаж товару з подальшим його вивезенням з країни;
- імпорتنі – операції, пов'язані з купівлею у іноземного контрагента товару з подальшим його ввезенням до країни;
- реекспортні – передбачають зворотне вивезення за межі митної території товарів, які раніше були ввезені з-за кордону, без їх переробки;
- реімпорتنі – ввезення з-за кордону раніше вивезеної за межі митної території продукції без її переробки.

Міжнародні комерційні операції купівлі-продажу послуг, як правило, є самостійними, абсолютно не пов'язаними з купівлею-продажем товарів. До таких операцій відносяться: послуги інжинірингу; оренда; інформаційні послуги; консультування; транспортні та транспортно-експедиторські послуги; послуги зі зберігання і страхування вантажів; міжнародний туризм; міжнародні розрахунки; послуги з оформлення митних документів і т. д. [8].

Міжнародні комерційні операції купівлі-продажу науково-технічної продукції мають пряме відношення до результатів науково-дослідних робіт, цінних не лише з наукової точки зору, але й з комерційної. Об'єктами угод є патенти і досягнення, які не підлягають патентуванню (ноу-хау), товарні

знаки і дослідні зразки. Операції здійснюються шляхом укладення таких документів: угоди або угоди купівлі-продажу, договору про відчуження виключних прав, ліцензійної угоди про надання тимчасового права використання результатів науково-дослідних розробок [18].

Міжнародні комерційні операції поділяються на прямі і непрямі (в залежності від методу здійснення) [3; 5; 9].

Прямий метод передбачає встановлення безпосереднього контакту між постачальником-виробником товару і споживачем. Інакше кажучи, товар купується у компанії-виробника і поставляється кінцевому споживачеві шляхом укладення угоди про купівлю-продаж.

Прямий спосіб здійснення операцій, пов'язаних із зовнішньою торгівлею, має ряд переваг. По-перше, імпортеру гарантовано отримання необхідного йому товару. По-друге, зв'язок «покупець-продавець» може встановитися ще на етапі розробки продукції, а це дає можливість вносити певні корективи в умови угод.

Міжнародні комерційні операції прямим способом здійснюються за умови, що відомий товарний ринок і потенційні покупці, а висновок угоди не суперечить звичаям країни. Якщо не виконується хоча б одна з умов, то виникає необхідність в пошуку посередників, що призводить до додаткових витрат [18].

Непрямі методи здійснення міжнародних комерційних операцій передбачають наявність посередників, з якими укладаються агентські угоди, договори про надання послуг посередника, договори доручення і комісії. Іноді посередницькі послуги потрібні для здійснення міжнародних комерційних операцій і, врешті-решт, ці витрати відшкодовуються. Отже, непрямий спосіб купівлі-продажу передбачає здійснення операцій за допомогою оптово-посередницької ланки, яке діє на підставі договору або

угоди між продавцем і посередником, який зобов'язується виконувати певні зобов'язання [5].

За допомогою посередників можна знаходити і освоювати нові товарні ринки, налагоджувати зв'язки з клієнтами, виконувати відповідні угоди. Посередницькі функції можуть виконувати дистриб'ютори та торгові (комісійні) агенти [9].

Міжнародні комерційні операції поділяють на основні та забезпечуючі. Основні операції здійснюються шляхом проведення взаємовигідних операцій безпосередньо контрагентами різних держав, в ході співпраці відбувається просування продукції від продавця до кінцевого споживача [19].

Основні міжнародні комерційні операції: обмін товарів, що мають матеріальне вираження (комерційна діяльність, пов'язана з імпортом і експортом товарів); обмін досягненнями науки і техніки шляхом продажу патентів, ліцензій і «ноу-хау»; обмін послугами інжинірингу; обмін кіно- і телепродукцією; консультації з питань вдосконалення управління в інформаційній сфері; оренда; міжнародний туризм.

Операції, що забезпечують товарообіг на зовнішньому ринку: міжнародні вантажоперевезення; перевезення і супровід вантажів; страхування вантажів; зберігання вантажів під час міжнародних перевезень; міжнародні розрахунки.

Міжнародні комерційні операції здійснюється на основі принципів, які наведено на рис. 1.3.

Дотримання принципів формування комерційних зв'язків дозволить міжнародній комерційній системі активно впливати на виробництво, виявляти невідповідності між попитом і пропозицією на ті чи інші види

товарів і послуг, формувати раціональні комерційні зв'язки між постачальниками та споживачами в різних країнах [20].

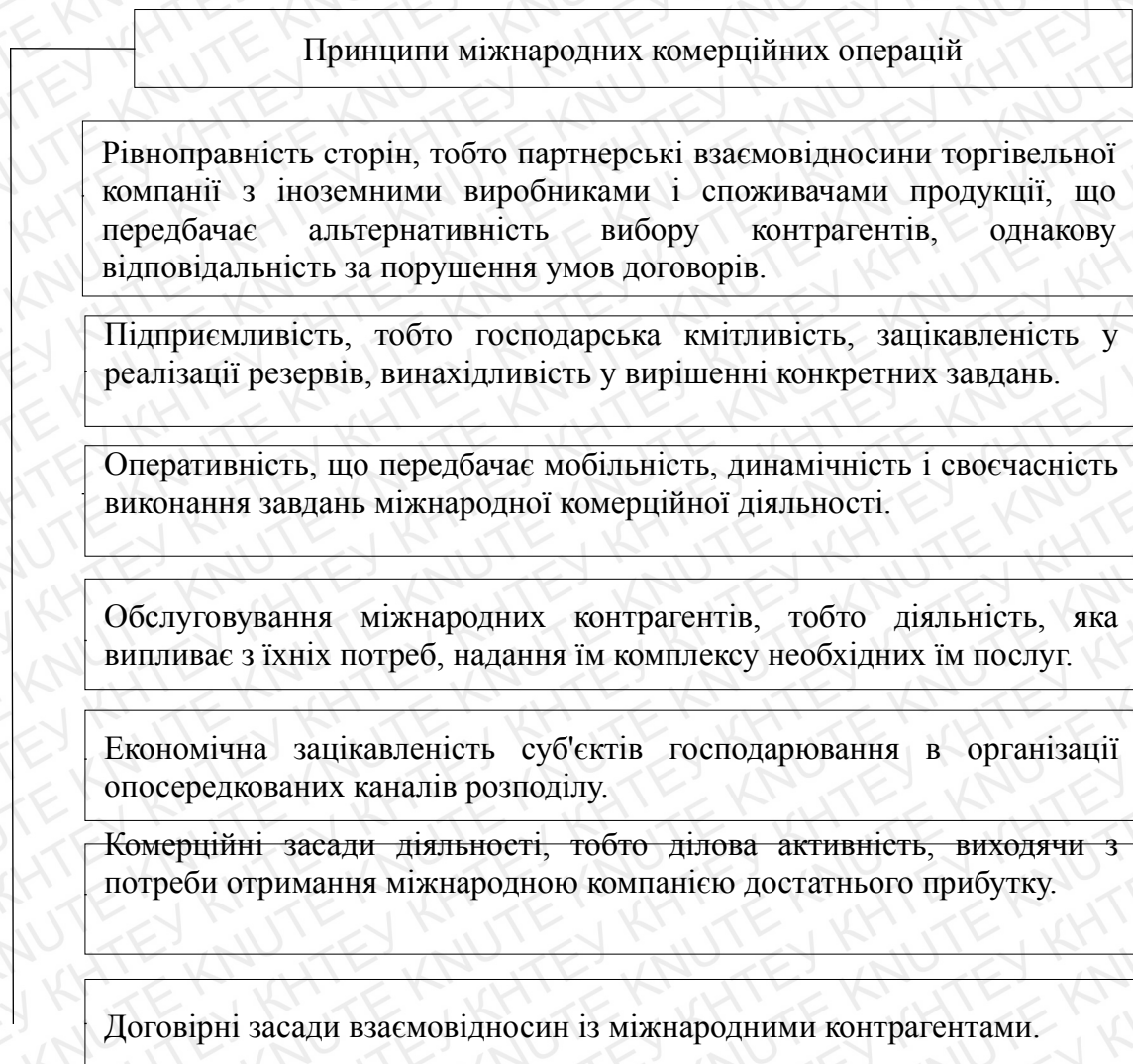


Рис. 1.3. Принципи міжнародних комерційних операцій

Джерело: складено автором за [20].

Отже, що міжнародні операції є основою здійснення комерційної діяльності суб'єктів господарювання, є комплексом основних і допоміжних видів комерційної діяльності, тобто це набір технічних прийомів, послідовне застосування яких з урахуванням певних принципів забезпечує реалізацію міжнародного договору купівлі продажу.

1.2. Роль малого бізнесу в економіці країни

Сучасна розвинена економіка ґрунтується на активному розвитку бізнес-середовища. Розуміння місця та ролі малого бізнесу у розвитку країни є еволюційним, воно поступово розширюється, доповнюється світовим досвідом, активним впливом процесів глобалізації, інтернаціоналізації ринків.

Для розуміння головних засад і закономірностей розвитку малого бізнесу, формування умов їх регулювання та підтримки в умовах розвитку інформаційного суспільства, необхідно визначити сутність цього явища. Поняття «бізнес» та «підприємництво» є категоріями, здебільшого, синонімічними, але з невеликою відмінністю в системі саме активного використання в менеджменті, тому виникає необхідність з'ясувати особливості цих понять. У багатьох сучасних дослідженнях ці поняття ототожнюють, але на думку автора та деяких науковців вони є суміжними, проте мають низку відмінностей.

Питання аналізу та систематизації основних поглядів на поняття «бізнес» і «підприємництво», дослідження стадій розвитку, осмислення його місця та ролі в економіці країни залишається досить актуальним на сьогодні.

У сучасній науковій літературі часто ототожнюють та заміщають терміни «бізнес» і «підприємництво». Але навіть економічні енциклопедії не надають уніфікованого визначення цього поняття. Наведемо основні та найбільш використовувані визначення понять у табл. 1.2.

Однак, надати остаточного визначення цього поняття й розкрити його походження неможливо, оскільки в багатьох працях різних науковців не розглядається еволюція цього поняття, проте на цей час достатньо вивчена історія розвитку терміна «підприємництво». Оскільки ці поняття тотожні та мають спільний вектор свого розвитку, доцільним є визначення сутності поняття «підприємництво».

Таблиця 1.2

Термінологічні визначення поняття «бізнес»

Автор, джерело	Визначення
Економічний словник [21]	Бізнес – справа, заняття, економічна діяльність, спрямовані на отримання прибутку. Це загальноекономічний термін, який характеризує сферу діяльності господарського суб'єкта, його економічний інтерес, величину і обсяги діяльності.
Вільна енциклопедія [22]	Бізнес – це організація, що бере участь у торгівлі товарами чи послугами для споживачів. Бізнес - підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не може суперечити закону і спрямована на отримання прибутку.
Гарвардська школа бізнесу [23]	Бізнес – це вміння приймати правильні господарські рішення в умовах невизначеності.
Й. Завадський [24, с. 20]	Бізнес (англ. Business) – це: діяльність, спрямована на одержання прибутку через створення, виготовлення та реалізації певної продукції чи надання послуг; загальноекономічний термін, що характеризує сферу діяльності господарюючого суб'єкта і його економічних інтересів. Характеризує також справу в тій чи іншій галузі підприємництва, коли за наявності певного ризику досягається намічений комерційний успіх; справа, заняття, підприємництво, економічна діяльність, спрямовані на отримання прибутку.
Ф. Бутинець [25, с. 11]	Бізнес – це економічна категорія, діяльність, яка історично закономірно виникла в процесі розвитку суспільства, і з кожним його кроком змінювалася, проявляючись у господарській діяльності.
А. Хоскінг [26, с. 21]	Бізнес – діяльність, що здійснюється приватними особами або організаціями для отримання природних благ виробництва, або надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші, та така, що призводить до взаємної вигоди зацікавлених ос. або організацій.
А. Кісельов [27, с. 10]	Бізнес – це система діяльності, де організація виробництва товарів та послуг здійснюється тими, кому належить бізнес; це організація економічної діяльності на основі приватної власності з метою отримання прибутку.
Ван Хорн Дж. К. [28]	Бізнес – це економічна діяльність, що має ризиковий характер, спрямована на отримання комерційного прибутку та прямо або опосередковано здійснює вплив на економічний розвиток країни.

Джерело: складено автором.

У прийнятому Господарському кодексі України зазначено, що господарська діяльність, яка здійснюється для досягнення економічних та соціальних результатів із метою одержання прибутку, є підприємництвом [29]. У кодексі також зазначено, що підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [29].

Погоджуючись із думкою переважної більшості науковців, поняття «бізнес» є ширшим, ніж «підприємництво», оскільки охоплює відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури [30, с. 46]. З огляду на наведені поняття, основною метою бізнесу вважатимемо отримання прибутку, притому ця діяльність не обов'язково повинна бути ризиковою та інноваційною, на відміну від підприємництва. Аналіз цих понять за основними критеріями відбору, наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Характеристика понять «підприємництво» та «бізнес»

Критерії дослідження	Підприємництво	Бізнес
Основна мета діяльності	Досягнення соціального та економічного (в тому числі прибутку) ефектів.	Отримання прибутку.
Суб'єкт діяльності	громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють самостійну підприємницьку діяльність та зареєстровані відповідно до законодавства; юридична особа незалежно від форми власності, що займається діяльністю з виробництва, реалізації, придбання товарів (робіт, послуг), оренди, лізингу, страхування тощо; група юридичних або фізичних осіб, які діють спільно для досягнення єдиної мети.	
Шляхи досягнення основної мети діяльності	Досягнення результатів діяльності з використанням інноваційних технологій, підходів до управління, розроблення нової продукції.	Досягнення результатів діяльності розширенням обсягів виробництва, наданням послуг чи зі збільшенням товарообороту без введення інновацій.
Особисті якості суб'єкта діяльності	Організаторські здібності, ініціативність, комплексне знання з основ економіки, наявність підприємницького хисту, новаторство.	Бажання швидкого прибутку, авантюризм, ініціативність, комплексне знання з основ економіки.
Періодичність здійснення діяльності	Систематична діяльність, здійснюється постійно.	Може здійснюватися як систематично, так і одноразово в будь-якій сфері діяльності.
Наявність найманих працівників	Наявність найманих працівників є обов'язковою умовою для юридичної особи. Фізична особа-підприємець у своїй діяльності може не використовувати працю найманих робітників.	

Джерело: складено автором за [31].

Бізнес здійснюється в різних масштабах, тому для ефективного та системного регулювання, отримання результативності від управлінського

впливу відбувається розподіл на малий, середній та великий бізнес. Світовий досвід свідчить, що малий, середній та великий бізнес у деяких напрямках діяльності доповнюють одне одного. Тому, визначимо відмінності таких підприємств між собою та ознак, за якими їх розподіляють на певні категорії з метою подальшої ідентифікації їх головних пріоритетів розвитку.

Аналіз економічної літератури засвідчує, що існує три основних підходи до визначення належності підприємства до категорії малого або середнього: кількісний, якісний та комбінований підходи.

До кількісних критеріїв належать такі показники: кількість працюючих, кількість створених робочих місць; розмір статутного фонду, розмір активів; характеристика й вартість основних засобів; річний оборот продукції, річний розмір прибутку, обсяг реалізованих товарів та наданих послуг.

Кількісні критерії належності підприємств до малих чи середніх визначаються на основі законодавчо встановлених параметрів, основними з яких, як правило, є кількість працівників та дохід. Кількісні критерії є найпоширенішими, оскільки вони дають більш конкретний результат та можливість чітко розмежувати малі та середні підприємства.

Якісні показники характеризують обмежений залучений капітал; приналежність до основного виду діяльності; географічну сферу діяльності; спадковість у межах родини; обмежені можливості доступу до ресурсів; специфічну характеристику керівника; стадію росту підприємства [28]. Перевагами якісного підходу визначення розміру підприємства є можливість врахування широкого кола ознак, притаманних різним підприємствам, таких, як менеджмент, контролю, система мотивації праці тощо [32]. Але якісний підхід передбачає теоретичне обґрунтування основних критеріїв його приналежності, які, по сутності, є суб'єктивними, що спричиняє обмеження їхнього використання. Тому, основними недоліками цього підходу є складність практичного його застосування, зумовлена обмеженнями в доступі до внутрішньої інформації підприємства для визначення низки характеристик, а також недостатньо широкий спектр самих критеріїв [32].

Комбінований підхід передбачає використання методики, запропонованої в 1971 р. Болтонським комітетом. Болтонський комітет запропонував економічне та статистичне визначення підприємств за розміром [33]. Однак, цей підхід враховує єдине статистичне визначення, незважаючи на окремі варіації його складових для різних галузей, припускає однорідність сукупності підприємств різних розмірів, тому цей підхід використовується для ідентифікації підприємств досить рідко.

На основі розглянутих критеріїв належності підприємств до малого чи середнього, розглянемо ці значення для підприємств України з погляду комплексного їх відображення та характеристики притаманних для них показників (рис.1.4).



Рис.1.4. Основні критерії ідентифікації малих підприємств в Україні
Джерело: [34].

З огляду на рис. 1.4 основними критеріями малих підприємств в Україні є гнучкість, оперативність, незначний масштаб функціонування та відособленість від інших підприємств, що визначає їхню самостійність та самоокупність.

Малий бізнес відіграє важливу роль для розвитку ефективного середнього бізнесу, що в процесі свого зростання та розвитку переходить в іншу, більш масштабну категорію. Тому малий і середній бізнес розглядають у єдності, схожості цілей, інститутів, масштабів, що спонукає до загальної більш ефективної їхньої взаємодії та виключає процес пригнічення малого бізнесу великим [35].

На відміну від великого, малий бізнес має певні переваги, які забезпечують розвиток економіки країни [34; 36; 37].

1. Малий бізнес на відміну від великого бізнесу, не вимагає значних інвестицій та характеризуються швидкою окупністю витрат. Це значно спрощує процес започаткування бізнесу та заповнення необхідної ніші на ринку.

2. Відмінність малого бізнесу від великого полягає в здатності більш динамічно та оперативно розвиватися, забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, орієнтуючись на інновації, і швидко реагують на запити споживачів. Завдяки таким рисам, малий бізнес є новаторами нових ідей та упроваджують нові технології на ринку, а також краще знають потреби невеликого кола своїх клієнтів.

3. Відкритість доступу та легкість входження до цього сектора економіки, на відміну від великого бізнесу, що збільшує можливість залучати до роботи на своїх підприємствах таких спеціалістів, які працюють на свій страх та ризик за невелику винагороду. Головною причиною такої зацікавленості є прагнення реалізувати свої творчі можливості, функціонувати самостійно та вільно обирати напрями діяльності, що значно важче зробити на великих підприємствах. За таких умов зменшується вартість створення робочих місць, підвищується самостійність та впевненість підприємця у власних силах, що підвищує потенціал малого бізнесу та збільшує появу нових ідей.

4. Малий бізнес значно підвищує рівень конкуренції на ринку та спонукає підприємців до більш ефективної та якісної діяльності, в той час як

великі підприємства монополізують ринок. Завдяки конкуренції підприємства малого бізнесу краще забезпечують місцеві ринки товарами й послугами, тоді, як великий бізнес діє в межах всієї території країни, тому повільно освоює ринок кожного регіону. Малий бізнес використовують здебільшого місцеві регіональні ресурси, міцніше прив'язані до місця свого розташування, тому локалізація ресурсів та їхнє використання здійснюється саме малим бізнесом.

5. Підприємства малого бізнесу вирішують проблеми зайнятості за допомогою створення робочих місць, надають роботу працівникам, вивільненим у процесі реструктуризації великих підприємств, створюють передумови формування середнього класу, існування якого послаблює притаманну ринковій економіці тенденцію до соціальної диференціації та розширює соціальну базу реформ.

6. Підвищують рівень конкурентоспроможності галузей унаслідок високої мобільності у використанні ресурсів, невеликих термінів часу переформатування діяльності.

7. Вирішують значну кількість соціальних проблем та організації соціальної сфери в регіональних господарських комплексах. Надають послуги в сфері освіти, охорони здоров'я, культурі та ін. Таке спрямування стимулює активне розширення стандартів соціалізації економіки.

Крім того, малий бізнес є значним джерелом поповнення місцевих та регіональних бюджетів, будучи зацікавленими в економічному розвитку території, на якій знаходяться [38].

З огляду на зазначені переваги можна стверджувати, що малий бізнес є індикатором визначення ефективності виконання економікою своїх функціональних завдань, пов'язаних із підвищенням рівня життя населення, зростанням рівня самозабезпеченості та економічного потенціалу в цілому.

Значна увага до малого бізнесу, його успіхи й поширення у більшості країн світу пов'язані із його своєрідністю і багатофункціональністю, що

свідчить про його вагомий внесок у розвиток економіки та пояснюється необхідністю подальшої ефективної підтримки підприємств малого бізнесу.

На основі узагальнення теоретичних досліджень було визначено, що малі підприємства виконують в економіці країни низку важливих та специфічних функцій. В економічній літературі загальновизнані чотири основні функції малого бізнесу [36]: соціальна, економічна, ресурсна, творча, інституційна, культурна (рис. 1.5).

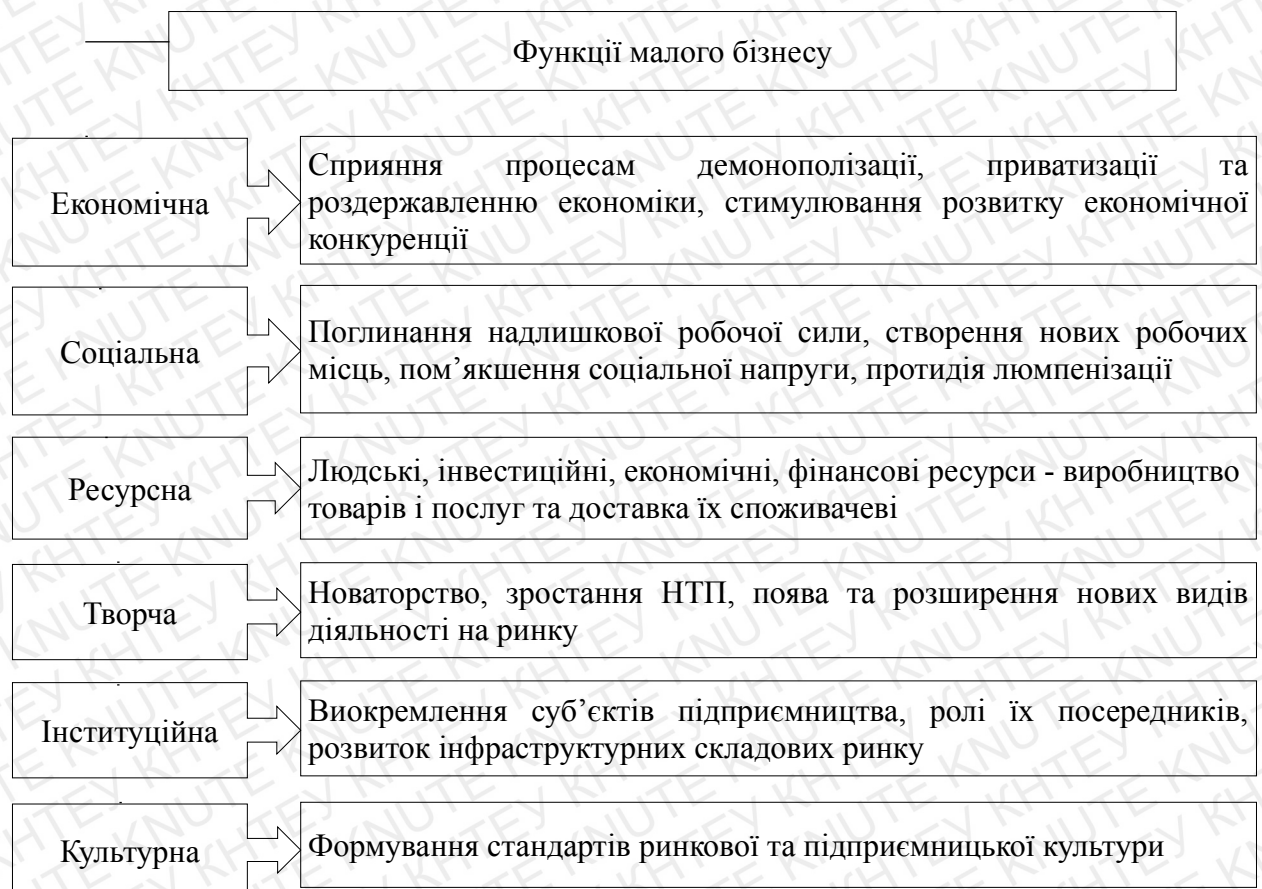


Рис. 1.5. Функції малого бізнесу

Джерело: складено автором за [34].

Економічна функція малого бізнесу виявляє можливості каталізатора економічного розвитку, який істотно впливає на структурну перебудову в економіці, збільшує обсяги виробництва й надання послуг, стимулює інвестиційну діяльність, підвищує рівень попиту й пропозиції, прискорює темпи економічного розвитку економіки.

Соціальна функція сприяє процесу демократизації суспільства, раціоналізації системи економічної організації та управління. Малий бізнес забезпечує дієві стимули до високоефективної праці, оскільки власники бізнесу мають сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Скорочується кількість осіб, які потребують соціальної допомоги.

Ресурсна функція полягає в економії й раціональному використанню ресурсів. Оскільки діяльність підприємця нерозривно пов'язана з господарським ризиком, то саме ця обставина є стимулом економії ресурсів, що вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу.

Творча функція прискорює реалізацію новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої продукції, здійснює НТП. Наприклад, більшість малих підприємств, що з'явилися наприкінці 80-х років ХХ ст. у Великобританії, є найбільш технічно оснащеними, а в США на сектор малого бізнесу припадає близько 50% науково-технічних розробок [39].

Інституційна функція виконує роль цілісності економічної системи. Розвиток підприємств малого бізнесу створює передумови для успішної діяльності основних суб'єктів економічних відносин – малих та середніх підприємств. Виявлено вплив на ринкове середовище таких інституційних чинників, як: конкуренція, можливість впливати на адекватність відображення в законах проблем малого та середнього бізнесу, непередбачуваність корупційних платежів, які не враховувалися в державній регуляторній політиці. Реалізація такої функції передбачає необхідність обов'язкового обліку комплексу зовнішніх умов, які створюють передумови сприятливого «інституційного середовища» та здійснюють розвиток усіх ланок економіки [40].

Характеризуючи функції малого бізнесу, можна констатувати, що як для суспільства, так і для держави вони є досить важливими в сучасній

економіці та забезпечують ефективний процес інкубування пріоритетних складових ринкового середовища.

Крім зазначених функцій, виконуваних малим бізнесом, варто виокремити низку специфічних функцій, які розкривають вторинну роль та значення підприємств малого бізнесу для економіки країни [41]:

- формування численних суб'єктів ринкового господарства, орієнтованих на попит, конкуренцію, тобто підвищення рівня інфраструктурного забезпечення країни;
- залучення до економічного обороту тих ресурсів, які «випадають» з поля зору великих підприємств;
- поліпшення стану на ринку, забезпечення еластичності структурних його елементів, часткова компенсація втрат пропозиції на період реструктуризації великих компаній, індивідуалізація пропозиції та диференціація попиту, насичення ринків;
- вивільнення великих підприємств від виробництва нерентабельної для них дрібносерійної та штучної продукції, яка задовольняє індивідуальний попит, підвищення тим самим ефективності їхньої діяльності;
- пом'якшення соціальної напруженості завдяки ослабленню майнової диференціації та підвищенню рівня доходів населення;
- збільшення гнучкості національної економіки та ринкової пропозиції відповідно до сучасних умов відкритої економіки;
- сприяння процесу демократизації суспільства, раціоналізації системи економічної організації та управління.

З огляду на наведені функції та зарубіжні дослідження, малий бізнес є більш стабілізуючим фактором, ніж великий. Окрім розв'язання важливих соціально-економічних проблем ринкової економіки, малий бізнес виконує важливу роль у стимулюванні та розробці технологічних інновацій, створюючи їх у 2-2,5 рази більше, ніж великі підприємства [38]. Однак,

інноваційна функція малими підприємствами України майже не виконується через відсутність державної підтримки та зацікавленості великих підприємств, які сьогодні намагаються іншими шляхами, ніж інноваційними, забезпечити отримання прибутку [34].

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств малого бізнесу

Підприємство малого бізнесу не здатне забезпечити свого існування на ринку, якщо воно не є економічно ефективним, тому управлінські рішення повинні направлятися на підвищення ефективності діяльності підприємств. Однак питання оцінки ефективності їх діяльності і сьогодні є предметом пильної уваги і дискусій вчених, викликає безліч підходів до її тлумачення і вимірювання.

При тлумаченні поняття «ефективність» вчені часто використовують майже однакові або близькі за змістом дефініції, які отримали поширення, однак, є і певні відмінності поглядів на її сутність.

Визнані класики наукової думки, серед яких І.А. Бланк, В.В. Ковальов, В.В. Новожилов, П. Хейне і ін. описують ефективність співвідношенням між результатом (ефектом) і витратами (ресурсами), які зумовили отримання певного результату.

Знову ж правильним нам видається думка Бабаш, Л.П., який підкреслює, що порівняння результатів і витрат може стосуватися як існуючих, так і потенційних можливостей, що, в свою чергу, дозволяє виділити ретроспективну оцінку ефективності (внаслідок порівняння досягнутих результатів з понесеними при цьому витратами) і перспективну її оцінку (в результаті порівняння очікуваних результатів з прогностичними витратами, необхідними для їх досягнення) [43].

В.Е. Верба вважає, що ефективність – це певний результат, який досягається підприємством за певний проміжок часу. Але не можна ототожнювати ці поняття [44].

О.В. Шкурупій стверджує, що ефективність полягає в комплексній результативності досягнення підприємством основних організаційно-господарських цілей. Дослідник відзначає, що про ефективності або неефективності господарської діяльності можуть свідчити як значення відповідного показника (групи показників), так і його динаміка за аналізований період [45].

О.М. Вакульчик зазначає, що внаслідок складності і багатогранності категорія ефективності вимагає дослідження як комплексне поняття, яке включає ряд функціональних складових (видів), поєднання і взаємозв'язок яких визначають її сутність [46].

Все це викликає необхідність виділяти кілька видів ефективності та розкривати сутність кожного з цих видів.

Одним з видів ефективності вчені вважають економічну ефективність. Так, автори роботи [42-44] показують, що економічна ефективність діяльності підприємства оцінюється з точки зору досягнення цілей. Але при цьому вчені не мають єдності поглядів на цілі діяльності підприємства і п'ять найчастіше виділяють: максимізацію прибутку, максимізацію добробуту акціонерів, максимізацію доданої вартості і випуск продукції, що задовольняє вимоги ринку і споживачів тощо.

Так, зокрема, О.М. Вакульчик характеризує економічну ефективність як складну категорію економічної науки. Вчений зазначає, що вона охоплює всі сфери практичної діяльності, всі стадії суспільного виробництва, є основою побудови кількісних критеріїв цінності, використовується для формування матеріально-структурної, функціональної та системної характеристики господарської діяльності [46]. Тобто такі найбільш суттєві характеристики господарської діяльності, як цілісність, багатогранність і взаємозв'язок її різних сторін, адекватно відбиваються саме через категорію ефективності.

Аналогічної думки дотримується і Г.М. Гринишин, помічаючи, що в економіці категорія «ефективність» трансформується в поняття «економічна

ефективність виробництва», і саме тому при її вимірі зіставляється ефект від економічної діяльності суб'єктів господарювання з витраченими на його отримання економічними ресурсами, які обмежені і вимагають постійного відтворення [47].

Однак існує ряд авторів, які поняття «економічна ефективність» вважають одним з видів загальної категорії «ефективність».

Для вимірювання ефективності пропонується використовувати різні показники. Так, А.С. Онуфрієва в своїй роботі стверджує, що ефективність можна вимірювати через рівень прибутковості підприємства, створювану для акціонерів вартість, або з точки зору фінансових результатів, бізнес-процесів, споживчої цінності, процесу навчання, інновацій тощо [42].

М.Ю. Лев висловлює думку, з яким варто погодитися, що найбільш узагальнену оцінку ефективності діяльності підприємства надає система коефіцієнтів рентабельності [43].

Про сутність показників рентабельності погляди вчених також розходяться, але при цьому всі вони єдині, стверджуючи, що показники рентабельності характеризують ефективність діяльності підприємства.

Е.В. Семенова, Н.Ю. Мазаєв виходячи з різноманітності видів прибутку і трактувань її сутності, відзначають особливу ретельність при зіставленні показників рентабельності – адже якщо показники прибутку мають різні назви і визначення, то необхідно здійснювати коригування, щоб переконатися, що порівнюються дійсно порівнянними показниками [44]. При цьому кількість показників прибутку, які можуть бути використані при визначенні рентабельності, залежить від кінцевих цілей, поставлених перед аналітиком.

Автори [42-44] відзначають, що економічна теорія налічує величезну кількість методичних підходів до визначенню рентабельності і формування різних показників залежно від виду прибутку, що фігурують в чисельнику, і знаменнику, де можуть перебувати витрати, ресурси і т.д., що призводить до альтернативності в їх розрахунках.

Останнім часом значно змінилися умови діяльності підприємств: розширилася їх самостійність, з'явилася можливість виходу на міжнародний ринок, підсилилася конкуренція. У таких умовах діяльності підприємствам необхідно не тільки вижити, але й бути конкурентоспроможними. Для цього керівництво має вирішувати науково обґрунтовані, мотивовані, оптимальні рішення, вирішення яких неможливе без проведення економічного аналізу діяльності підприємств, в тому числі зовнішньоекономічної сфери.

Такий аналіз надає можливість визначити стан й основні тенденції розвитку світового господарства, кон'юнктуру світового ринку, економіко-правові засади діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, а також зробити обґрунтований вибір ділового партнера, оцінити його фінансове положення.

Питання оцінки економічної ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу висвітлені в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців. Зокрема, Т.В. Миролубова, запропонувала методику розрахунку ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, що представляє собою сукупність показників, як абсолютна ефективність експорту, економічна ефективність реалізації експортних товарів на зовнішньому ринку, ефективність використання виробничих та оборотних фондів при експорті [48, с. 20]; А.І. Яковлев, розробив систему оцінки ефективності для різних агентів міжнародного бізнесу і надав визначення коефіцієнту кредитного впливу [49, с. 28-34]. А.Г. Дем'яненко запропонував використання кількісних показників при оцінці діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, що допомагає докладніше простежити вплив кожного фактору на ефективність діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу [50, с. 22-28].

На діяльність підприємств малого бізнесу впливає багато зовнішніх факторів, тому її доцільно характеризувати в комплексі системи господарювання (рис. 1.6).

Ефективність діяльності малих підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу – це складна категорія, яка поєднує у собі параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Для того щоб показники ефективності надавали на практиці правильну відповідь на питання про доцільність реалізації підприємством тих чи інших зовнішньоторговельних операцій, варто правильно обрати критерій ефективності.



Рис. 1.6. Системний підхід до аналізу діяльності малих підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу [52]

Критерієм ефективності діяльності малого підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу є максимум чистого доходу від експортних (або, залежно від виду міжнародної комерційної діяльності, імпортних) операцій. Згідно з цим критерієм, варто обирати найліпші варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію

здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних із його реалізацією [51].

Оцінку економічної ефективності діяльності малого підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу варто формулювати, виходячи з мети діяльності підприємства, яку необхідно реалізувати за певний період часу. Така діяльність є результатом дії певної системи. Економічна ефективність – це характеристика рівня досягнення поставленої мети за конкретний проміжок часу, ступеню отримання запланованого результату діяльності системи з врахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх чинників.

Слід зазначити, що в економічній літературі існують різні точки зору та підходи до оцінки економічної ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу. Правомірно визначати її в цілому по підприємству і за окремими товарами або товарними групами. Такий підхід дозволяє оцінити раціональність асортиментної структури експортних та імпорتنих товарів, а також визначати рівень досягнення синергетичного ефекту в діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу [52].

Дослідження методичних підходів до оцінки ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу виявили, що в сучасній економічній науці домінують два підходи.

Перший ґрунтується на розрахунку загального показника ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу – прибутковості зовнішньоторговельних операцій.

Другий підхід полягає в обчисленні ефективності окремих укладених міжнародних комерційних угод. Але існуючі методичні підходи не дозволяють провести комплексну оцінку ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу, проаналізувати вплив чинників, які супроводжують діяльність підприємств на внутрішньому та зовнішньому

ринку, виявити та оцінити резерви підвищення ефективності їх міжнародної комерційної діяльності [53].

Розрахувати ефективність діяльності малих підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу, проаналізувати вплив чинників на результати цієї діяльності, а також виявити резерви та шляхи її підвищення дозволяє система методологічних підходів та прийомів, що трактується як організаційно-економічний механізм оцінки ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Організаційно-економічний механізм оцінки ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу [53]

При оцінці ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу доцільно застосовувати системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду міжнародної комерційної

операції. Проте вичленити в чистому вигляді ефективність діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу із загального функціонування підприємства доволі складно, оскільки плани міжнародної комерційної діяльності органічно пов'язані з планами випуску продукції на зовнішньому ринку. Тому для оцінки ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу аналізуються його загальний фінансово-економічний стан, відносний обсяг міжнародних комерційних операцій та оцінка ефекту підвищення (зниження) їх структурної частки в діяльності підприємства [54].

Розрахунок показників ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу може проводитися поетапно за такими напрямками: імпорт та експорт товарів, товарні групи; торгівля з окремими країнами та групами країн; торгівля за готівку чи в кредит; спільні підприємства чи за іншими формами міжнародного співробітництва.

Необхідно враховувати, що розрахунок показників ефективності вимагає дотримання таких принципових методологічних положень [55, с.169]:

- принципу всебічного обліку всіх складових елементів витрат та результатів, який припускає якісну класифікацію і відтворення відповідних показників у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;
- принципу зведення витрат і результатів для зіставлення, який показує, що показники, які порівнюються, мають відтворюватися однаковими кількісними одиницями і носити антонімічний характер в економічному розумінні. При конструюванні показника ефективності чисельник і знаменник останнього мають виключати можливе дублювання складових елементів;
- принципу зіставлення з базовим варіантом, що відтворює сутність застосування показників ефективності для здійснення економічного аналізу, який проводять не тільки з метою опису поточного стану діяльності суб'єкта господарювання, а й з метою опрацювання пропозицій щодо поліпшення економічної ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується.

Оскільки найбільш поширеними видами діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу є зовнішньоторговельні операції, то визначення ефективності імпорتنих та експортних операцій є одним із основних напрямів вдосконалення діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

Показники економічної ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу поділяють на [46]:

- показники ефекту, що визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових одиницях як різниця між результатами діяльності та витратами на її здійснення;
- показники ефективності, що визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення і відтворюються відносними величинами: відсотками, частками одиниці.

Категорії “ефект” та “ефективність” зображують зростання і розвиток економічного об'єкта, тобто його здатність до прогресивних кількісних змін, які виражаються в показниках обсягу. Найсильнішим є зв'язок цих категорій з поняттям розвитку і притаманними йому якісними змінами, завдяки яким найчастіше досягається бажаний результат. Економічне зростання може не відбивати використання інтенсивних факторів, а відбуватися за рахунок збільшення ресурсів.

Разом з тим між категоріями “ефект” і “ефективність” існують суттєві розбіжності. “Ефект” є віддзеркаленням результату діяльності, тобто того стану, до якого прагне економічний суб'єкт. Поняття “ефект” і “результат” можна назвати тотожними. “Ефективність”, на відміну від “ефекту”, враховує не тільки результат діяльності, але і умови, за яких його досягнуто.

Для визначення ефективності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу важливо знати валютну ефективність експорту та імпорту. Показник валютної ефективності будь-якої міжнародної комерційної операції насамперед характеризує купівельну силу валюти, її курс [56].

Валютна ефективність експорту ($E_{в.е}$) розраховується за формулою:

$$E_{в.е.} = \frac{\sum_{i=1}^m \Pi_{в.е.} \times Q_e}{\sum_{i=1}^m B_e \times Q_e}, \quad (1.1)$$

де $\Pi_{в.е.}$ – валютна ціна і-го експортного товару, вал.од/од;

Q_e – обсяг експорту і-го товару (послуги), натур.од.;

B_e – витрати на виробництво та реалізацію одиниці і-го товару, грн./од.,

m – кількість назв експортних товарів.

Валютна ефективність імпорту ($E_{в.і.}$) розраховується за формулою:

$$E_{в.і.} = \frac{\sum_{j=1}^n \Pi_{р.в.} \times Q_i}{\sum_{j=1}^n \Pi_i \times Q_i}, \quad (1.2)$$

де $\Pi_{р.в.}$ – ціна j-го товару на внутрішньому ринку, грн./од.;

Q_i – обсяг імпорту j-го товару, натур.од.;

Π_i – валютна ціна (ціна придбання) одиниці j-го товару, вал.од./од.;

n – кількість назв імпортованих товарів.

Для оцінювання вигідності експортної (імпортної) операції необхідне порівняння цих показників (коефіцієнтів) з певною базою, оскільки самі по собі вони про це не свідчать. Базою порівняння, як правило, є валютний курс. Якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення курсу валюти, то зовнішньоторговельна діяльність вважається ефективною. При цьому базою порівняння для валютної ефективності експорту слід використовувати обернений курс обміну (непряме котирування), а для валютної ефективності імпорту – звичайний обмінний курс (пряме котирування).

Показники, які характеризують ступінь вигідності для підприємства міжнародних комерційних операцій, доцільно розраховувати перед укладенням зовнішньоторговельних угод, при плануванні

зовнішньоторговельної діяльності, а також з метою оцінювання ефективності експортних та імпорتنих операцій за попередній період.

Ефективність експорту підприємства ($E_{\text{еф.е.}}$) розраховується за формулою:

$$E_{\text{еф.е.}} = H_e : ПВ, \quad (1.3)$$

де H_e – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютного доходу в гривні за курсом Національного банку України на день надходження;

ПВ – повні витрати підприємства на експорт, грн.

Показник ефективності експорту свідчить, наскільки ефективно підприємство проводить свою міжнародну комерційну діяльність. Якщо цей показник буде більшим за одиницю 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_e) розраховується за формулою:

$$E_e = H_e - ПВ \quad (1.4)$$

Для характеристики імпоротної діяльності підприємства використовуються показники: економічний ефект імпорту, економічна ефективність імпорту. Економічний ефект імпорту (E_i) розраховується за формулою:

$$E_i = Ц_{\text{рі}} - B_i, \quad (1.5)$$

де $Ц_{\text{рі}}$ – вартість імпоротної продукції на внутрішньому ринку, грн..

B_i – витрати на придбання імпоротної продукції, грн.

Економічний ефект імпорту ($E_{\text{еф.і}}$) розраховується за формулою:

$$E_{\text{еф.і}} = Ц_{\text{рі}} : B_i, \quad (1.6)$$

Ефективне здійснення міжнародних комерційних операцій є головною умовою діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

Підприємства нерідко зазнають значних збитків унаслідок недостатнього техніко-економічного обґрунтування ефективності міжнародної комерційної операції, відсутності в ньому оцінок вибору валюти ціни, валюти платежу та інших фінансових умов угоди.

Ефективний розвиток діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу має ґрунтуватися, перш за все, на адаптації стратегії підприємств до вимог міжнародного ринку. Таким чином, створення досконалої системи оцінювання результатів експортно-імпортних операцій, рівень яких характеризується ефективністю їх здійснення – важлива умова успішного функціонування підприємства, де міжнародна комерційна діяльність є основним видом діяльності.

Висновки до розділу 1

Комерційний характер міжнародних операцій визначається тим, що кінцевою метою їх здійснення є отримання прибутку. До комерційних операцій не відносяться операції, пов'язані з наданням гуманітарної допомоги, підтримання міжнародних зв'язків у сферах освіти, культури, спорту тощо. Міжнародні комерційні операції здійснюються на основі укладених торговельних угод, правовою формою яких є торгові договори. Міжнародні комерційні операції здійснюються на основі принципів, дотримання яких дозволяє міжнародній комерційній системі активно впливати на виробництво, виявляти невідповідності між попитом і пропозицією на ті чи інші види товарів і послуг, формувати раціональні комерційні зв'язки між постачальниками та споживачами в різних країнах.

Поняття «бізнес» та «підприємництво» є категоріями, здебільшого, синонімічними, але з невеликою відмінністю в системі саме активного використання в менеджменті. Поняття «бізнес» є ширшим, ніж «підприємництво», оскільки охоплює відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, а й

споживачів, найманих працівників, державні структури. З огляду на це основною метою бізнесу вважатимемо отримання прибутку, притому ця діяльність не обов'язково повинна бути ризиковою та інноваційною, на відміну від підприємництва.

Аналіз економічної літератури засвідчує, що існує три основних підходи до визначення належності підприємства до категорії малого або середнього: кількісний, якісний та комбінований підходи. Малий бізнес відіграє важливу роль для розвитку ефективного середнього бізнесу, що в процесі свого зростання та розвитку переходить в іншу, більш масштабну категорію. Тому малий і середній бізнес розглядають у єдності, схожості цілей, інститутів, масштабів, що спонукає до загальної більш ефективної їхньої взаємодії та виключає процес пригнічення малого бізнесу великим. На основі узагальнення теоретичних досліджень було визначено, що малі підприємства виконують в економіці країни низку важливих та специфічних функцій. В економічній літературі загальновизнані чотири основні функції малого бізнесу: соціальна, економічна, ресурсна, творча, інституційна, культурна. Розглянувши функції та спираючись на зарубіжні дослідження, можна зробити висновок, що малий бізнес є більш стабілізуючим фактором, ніж великий. Окрім розв'язання важливих соціально-економічних проблем ринкової економіки, малий бізнес виконує важливу роль у стимулюванні та розробці технологічних інновацій, створюючи їх у 2-2,5 рази більше, ніж великі підприємства. Однак, інноваційна функція малими підприємствами України майже не виконується через відсутність державної підтримки та зацікавленості великих підприємств, які сьогодні намагаються іншими шляхами, ніж інноваційними, забезпечити отримання прибутку.

Ефективність діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу є складною категорією, яка поєднує параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Критерієм ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу є максимум чистого доходу від

міжнародної комерційної діяльності. При визначенні ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу необхідно враховувати низку принципових методологічних положень. Для оцінки ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу застосовується системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду міжнародної комерційної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. Обраний критерій має відповідати принципам побудови показників ефективності, а також всебічно відтворювати її економічну сутність.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

ТОВ «АРХІМАСТ-М»

2.1. Тенденції розвитку малого бізнесу в Україні

Процвітання будь-якої країни потребує максимальної зайнятості працездатного населення і стабільного економічного розвитку, сприяючи розвитку соціальної сфери та економіки безпосередньо. Розвиток малого бізнесу є одним із найпріоритетніших напрямів розвитку економіки. В економічно-розвинених державах саме малі підприємства є основою економіки [57].

Розвинутий малий бізнес є ознакою прогресивної економіки. Саме так вважають в передових країнах світу [58]. Тому більшість політичних та економічних програм там відштовхуються від принципу “Think first small” (“Спочатку думай про малих”).

Особливе значення малого бізнесу для України проявляється ще й у тому, що, як зазначає Й. Звонар, він є базою для формування так званої «нової економіки» – великих сучасних кампаній, створених не на уламках промислових підприємств колишнього СРСР, а «з нуля» [59].

Україна як самостійна, незалежна держава гарантує нині всім підприємцям, у тому числі і малому бізнесу, рівні права і створює однакові можливості для функціонування, доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів за умови виконання робіт і поставок для державних потреб. Державна підтримка бізнесу здійснюється на основі Закону України «Про державну підтримку і розвиток малих та середніх підприємств в Україні», в якому зазначається, що з метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва держава повинна надати належну підтримку [60].

Проте сьогодні, незважаючи на те, що малий бізнес є ключовим фактором зростання економіки, його внесок у валовий внутрішній продукт складає лише 18,9% [58].

Показники, які характеризують тенденції розвитку малого бізнесу України, наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Показники розвитку малого підприємництва в Україні у 2013-2017 рр.*

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість суб'єктів, одиниць, з них:	1702201	1915046	1958385	1850034	1789406
- малі підприємства	373809	324598	327814	291154	322920
- суб'єкти малого підприємництва**	1328392	1590448	1630571	1558880	1466486
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб, з них:	4291,2	4115,2	3838,7	3871,8	3956,3
- малі підприємства	2010,7	1686,9	1576,4	1591,7	1658,9
- суб'єкти малого підприємництва	2280,5	2428,3	2262,3	2280,1	2297,4
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн. грн, з них:	933718	981300	1318974	1651982	2067799
- малі підприємства	670258,5	705000,5	937112,8	1177385,2	1482000,7
- суб'єкти малого підприємництва	263459,2	276299,6	381861,3	474596,8	585798,5
Частка у загальному обсязі реалізованої продукції, з них:	21,54	22,01	23,74	24,56	24,88
- малі підприємства	15,46	15,81	16,87	17,50	17,83
- суб'єкти малого підприємництва	6,08	6,20	6,87	7,06	7,05
Фінансові результати діяльності, млн. грн	-25057,9	-175262,4	-111906,0	-24151,4	—
Частка суб'єктів, що отримали прибуток, %	66,0	66,5	73,9	73,3	—

* Дані наведено без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

** Фізичні особи-підприємці

Джерело: складено автором за [61].

Дані таблиці свідчать, що за останні роки обсяги реалізованої продукції малого бізнесу зростають, проте кількість суб'єктів господарювання скорочується. У 2014 р. кількість малих підприємств скоротилась на 13,16%, незважаючи на те, що у 2017 р. кількість малих підприємств порівняно з 2016 р. збільшилася майже на 11%, до рівня 2013 р. їх кількість зменшилася на 13,6%. Не зважаючи на покращення результатів діяльності малого бізнесу, в тому числі і фінансових результатів, у 2016 р. 26,7% підприємств збиткові, що на 0,6% більше ніж у 2015 р.

Ще одним важливим показником є частка експорту. В Україні ж частка загального експорту в структурі ВВП складає 16%. Водночас, наприклад,

більше 98% німецьких малих та середніх підприємств експортують свою продукцію закордон [62].

Розвиток малого бізнесу залежить в основному від двох основних умов: внутрішньої економічної ситуації в країні в цілому та її регіонах і здатності конкретного підприємця використати дані йому права для реалізації своїх господарських цілей [63]. Таким чином проблеми розвитку малого бізнесу можна розподілити на проблеми макро- та мікрорівня.

До проблем розвитку малого бізнесу в Україні слід віднести [35; 38; 57; 58; 60; 62; 64]:

- відсутність дієвого механізму підтримки, розвитку і захисту малого бізнесу. Про це свідчать недоліки і складнощі, що зустрічаються в процесі функціонування підприємств бізнесу.

- поширеність корупції. За даними Індексу глобальної конкурентоспроможності, корупція є найбільш суттєвою проблемою для розвитку бізнесу в Україні після інфляції (табл. 2.2). Наслідками існування цієї проблеми є суттєва тінізація бізнесу, поширеність нелегальних схем та засобів впливу, зневіра значної частини підприємців, що загрожує руйнуванням системи публічної влади та нівелюванням функціонування вітчизняної правової системи. Крім того, спостерігається наявність прямих та опосередкованих злочинних, кримінальних посягань, так званого "рейдерства", а також дискримінаційних дій щодо підприємців тощо (зокрема спроби протиправного захоплення підприємств здійснюються шляхом подання до державних реєстраторів підроблених документів);

Таблиця 2.2

Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Україні за індексом глобальної конкурентоспроможності у 2013-2017 рр.

Фактори	2013	2014	2015	2016	2017
Корупція	15,5	17,8	13,9	14,0	16,6
Доступ до фінансування	16,7	13,9	7,0	11,2	12,2
Інфляція	3,7	8,0	16,3	11,9	11,5
Політична нестабільність	10,1	14,0	12,1	13,2	10,6
Ставки податків	8,4	7,7	9,7	7,3	8,1

Бюрократія	13,4	8,8	6,9	11,4	8,0
Податкове регулювання	11,0	4,3	9,4	6,8	7,9
Валютне регулювання	4,2	4,1	4,3	4,5	7,1
Нестабільна політика уряду	3,5	10,5	8,9	8,2	6,4
Недостатньо освічена робоча сила	0,6	0,6	2,5	0,5	0,9

Джерело: складено автором за [65].

- обмеженість та непрозорість доступу до державних і комунальних ресурсів. В Україні досі не вироблені прозорі та зрозумілі механізми доступу суб'єктів господарювання до державних та комунальних ресурсів (земель, майна, фінансування). Проявами цієї проблеми, зокрема, є надмірна складність, значна тривалість та вартість процедур надання у власність або користування (оренду) земель державної та комунальної власності, а також державного та комунального майна; законодавча неврегульованість розміру пов'язаних з цим платежів (витрат суб'єктів господарювання); нерозвиненість інструментів державно-приватного партнерства, у т. ч. у формі концесії; непрозорість та несправедливість умов під'єднання до інженерних мереж загального користування; непрозорість механізмів та критеріїв (підстав) надання державної фінансово-кредитної підтримки тощо;

- неефективність механізмів захисту прав і законних інтересів суб'єктів малого бізнесу. Суттєвою перешкодою для розвитку малого бізнесу є брак дієвих правових механізмів захисту суб'єктів господарювання. Наслідками існування даної проблеми є спотворене застосування норм права органами публічної влади, зневіра значної частини підприємців у спроможності держави захистити їх права та інтереси у порядку і спосіб, що передбачені законом, а також значна поширеність неправових звичаїв та практик, що не відповідають законодавству України;

- надмірна зарегульованість господарської діяльності, що проявляється: в високих витратах часу на проходження офіційних процедур для започаткування підприємства; високих витратах часу і коштів

підприємців на реєстрацію власності. Зросла і вартість адміністративних послуг під час реєстрації власності;

- низька конкуренція на внутрішніх ринках. У багатьох сферах спостерігається висока концентрація великих підприємств, а показники виходу на ринок нових підприємств залишаються низькими. У такій ситуації новим підприємствам на ринку виробництва товарів і послуг важко зміцнити свої позиції. Основні проблеми конкурентного середовища полягають у тому, що багато секторів мають високу концентрацію фірм і олігопольних структур, які призводять до завищених цін;

- недосконалість податкової системи. Сучасною податковою системою держава створила сприятливі умови для переходу підприємств у тіньовий сектор економіки. Так, через високі відрахування до фонду заробітної плати, єдиного соціального внеску багато малих підприємств ведуть подвійну бухгалтерію.

Більшість підприємств в тій чи іншій мірі приховують свої доходи, щоб платити менший податок. Неефективне оподаткування розглядається як основна перешкода в розвитку сектора малого бізнесу;

- нерозвиненість інфраструктури підтримки і розвитку малого підприємництва. Незважаючи на велику кількість об'єктів інфраструктури (бізнес-центри, бізнес-інкубатори, технологічні парки, інформаційно-консультативні установи, громадські об'єднання суб'єктів підприємництва), їх роль в розвитку малого бізнесу України ще дуже незначна;

- низький рівень платоспроможності населення, що суттєво скорочує місткість ринків більшості товарів та послуг споживчого призначення торгівельна, а не виробнича орієнтація діяльності підприємницького сектора (зокрема, у структурі експорту сировинна економіка займає 57%);

- недостатнє (негарантоване та нерегулярне) фінансування регіональних програм підтримки і розвитку малого підприємництва;

- нерозвиненість механізмів фінансово-кредитної підтримки і страхування ризиків малих підприємств, відсутність механізмів самофінансування;
- недосконалість контролю за використанням коштів, виділених малим підприємствам, внаслідок чого частина ресурсів витрачається за нецільовим призначенням;
- відсутність ефективно функціонуючої системи дієвої взаємодії великого та малого підприємництва на місцевому (регіональному) рівні;
- відсутність соціальної відповідальності бізнесу.

Отже, можна стверджувати, що на сьогодні головна проблема розвитку малого бізнесу – у площині якості державного управління. «Тіньова економіка є породженням корумпованої системи державного управління» [66]. Проблеми державного управління – системна корупція і, як наслідок, вибіркове виконання законодавства. У цій ситуації норми законодавства як такі значною мірою втрачають свій сенс і немає причин сподіватися на поліпшення ситуації лише завдяки зміні законодавства. Тому розглядати зміну законодавства як інструмент поліпшення бізнес-клімату вбачається неефективним та не результативним.

В Україні на сьогодні державна політика щодо малого бізнесу в своїй основі є «реактивною», тобто є реакцією органів державної влади або на зовнішні подразники, або на наполегливі вимоги малого бізнесу. «Реактивність» державної політики щодо малого бізнесу визначає низьку ефективність політики та низьку результативність державного регулювання. Відсутність дієвої стратегії державної політики щодо малого бізнесу призводить до стохастичної появи нових регулювань, і до відсутності прогресу у реальному покращанні бізнес-клімату в Україні [66].

Проте одним з небагатьох наявних в Україні сьогодні ефективних напрямів поліпшення ситуації у бізнес-кліматі є дерегуляція, яка має проводитись у форматі безумовного скасування незаконних регулювань та у форматі кількісного обрахунку вартості існуючих регулювань за методиками

OECD та ЄС (зокрема за методикою М-Тесту). Аналіз регуляторного впливу (і в першу чергу чітке визначення проблеми, що вирішує регулювання та встановлення кількісних індикаторів результативності регулювання на основі кількісного аналізу вигод та витрат) має передувати появі проекту регулювання, а не постфактум супроводжувати його. Всі інші проблеми малого бізнесу є похідними. Намагання вирішити похідні проблеми без вирішення першопричин за своїм визначенням є неефективним та нерезультативним. Проте висування похідних проблем у якості ключових є прикладом «помилкових цілей», на вирішення яких витрачається ресурс та час, але ситуація не покращується і навіть теоретично не може бути покращена [66].

Україна запровадила «Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р.». Але вона має надзвичайно багато недоліків та суперечностей. Для її поліпшення необхідно здійснити такі кроки (рис. 2.1.).

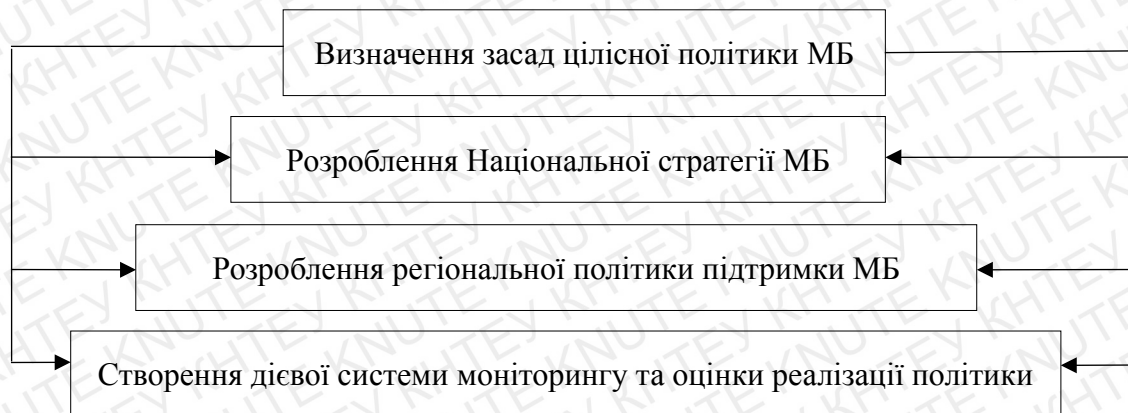


Рис. 2.1. Кроки для здійснення політики малого бізнесу $\approx 64 \equiv$

1. Визначити засади цілісної політики щодо малого бізнесу, які повинні стати основою прийняття рішень у цій сфері, розроблення відповідних нормативно-правових актів тощо.
2. Розробити Національну стратегію розвитку малого бізнесу відповідно до принципів Акту з питань малого бізнесу для Європи (The Small Business Act for Europe) та План дій з її реалізації.

3. Розробити регіональну політику підтримки малого бізнесу відповідно до визначених засад та принципів Акту про малий бізнес для Європи. На рівні регіонів доцільно створити регіональні програми розвитку малого бізнесу із застосовуванням кластерно-орієнтованого підходу, що дасть змогу врахувати регіональні особливості та пріоритети розвитку малого бізнесу.

4. Створити дієву систему моніторингу та оцінки реалізації політики підтримки малого бізнесу на національному та місцевому рівнях.

Нова Стратегія повинна бути стратегією розвитку тільки малого бізнесу. Однаковий підхід до якісно різних за своїм розміром суб'єктів є неефективним, бо по-перше, якісно різні за розміром суб'єкти несуть принципово/якісно різний ризик для суспільства, довкілля чи життя і здоров'я громадян, і однакові вимоги призводять до суттєвого збільшення бюджетних витрат на контроль за дотриманням однакових регуляцій у випадку мікро бізнесу і, часто, до зменшення уваги до суттєво більш впливових суб'єктів великого чи середнього бізнесу; і по-друге, внаслідок ефекту масштабу, питома вартість виконання обов'язкових державних регуляцій для суттєво менших за розміром суб'єктів малого бізнесу значно вище, ніж для більших суб'єктів, що крім прямого зниження ефективності малого бізнесу водночас збільшує ризик невдоволення з боку мікро бізнесу (у випадку очевидно недоречних регулювань).

Відтак слід окремо акцентувати увагу на важливій принциповій якісній різниці між суб'єктами малого бізнесу та середнього і великого бізнесу.

2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М»

ТОВ «АРХІМАСТ-М» було засновано в березні 2006 року. Основний вид діяльності підприємства - виробництво деревинно-плитних матеріалів для будівництва, меблевого виробництва, суднобудування, транспортної галузі.

Організаційна структура ТОВ «АРХІМАСТ-М» складається з директора, його заступника, головного інженера, бухгалтерії, відділу кадрів, відділу збуту, відділу постачання та виробничого відділу (рис. 2.2).

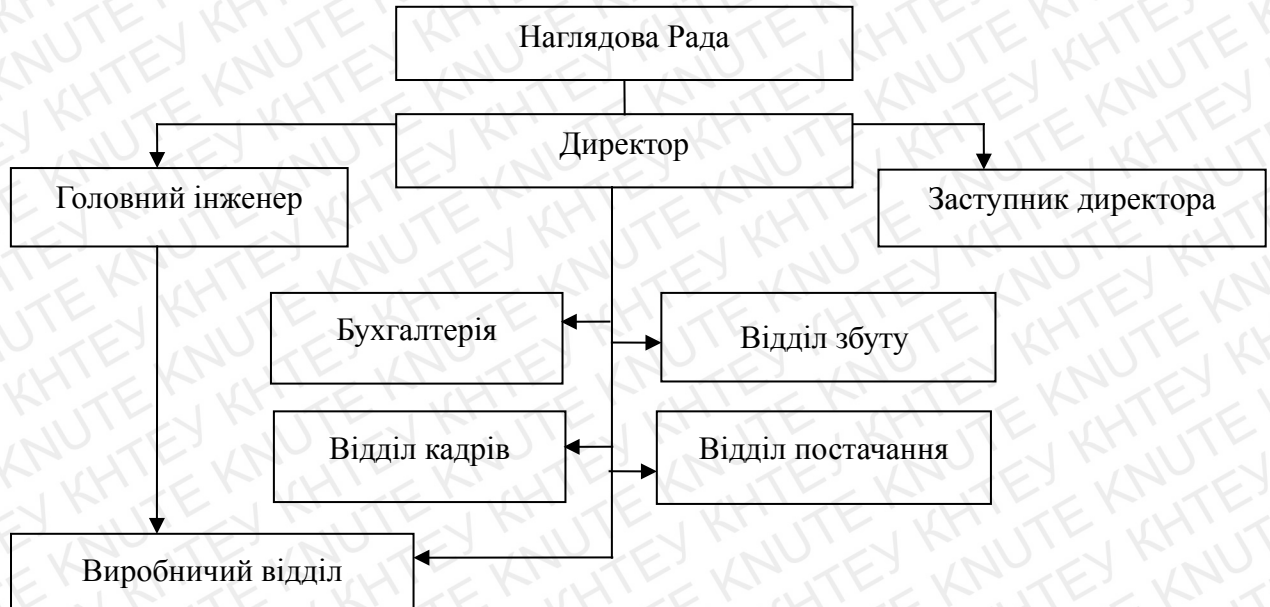


Рис. 2.2. Організаційна структура ТОВ «АРХІМАСТ-М»

Джерело: розраховано автором.

Здійснимо аналіз фінансово-господарського стану ТОВ «АРХІМАСТ-М» на основі даних фінансової звітності підприємства (дод. А). Майно підприємства становлять виробничі та невиробничі фонди. Джерелами формування майна є грошові та матеріальні внески засновника, доходи, одержані від реалізації продукції, кредити банків.

У табл. 2.3 наведено показники фінансового результату діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М».

Таблиця 2.3

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

Стаття	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення					Відносне відхилення, %				
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	26801	28606	28641	26919	24687	1805	35	-1722	-2232	-2114	107	100	94	92	92
Інші операційні доходи	10849	11729	11908	5213	4543	880	179	-6695	-670	-6306	108	102	44	87	42
Разом доходи	37650	40335	40549	32132	29230	2685	214	-8417	-2902	-8420	107	101	79	91	78
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	15069	15514	15634	15681	15984	445	120	47	303	915	103	101	100	102	106
Інші операційні витрати	10583	12039	11692	5766	5961	1456	-347	-5926	195	-4622	114	97	49	103	56
Інші витрати	1950	2127	1975	2278	2362	177	-152	303	84	412	109	93	115	104	121
Разом витрати	27602	29680	29301	23725	24307	2078	-379	-5576	582	-3295	108	99	81	103	88
Фінансовий результат до оподаткування	10048	10655	11248	8407	4923	607	593	-2841	-3484	-5125	106	106	75	59	49
Податок на прибуток	2110	2451	2362	1597	886	341	-89	-765	-711	-1224	116	96	68	56	42
Чистий прибуток (збиток)	7938	8204	8886	6810	4037	266	682	-2076	-2773	-3901	103	108	77	59	51

Джерело: розраховано автором за даними додатку А.

Як видно з табл. 2.3, чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «АРХІМАСТ-М» останніми роками мав тенденцію до зменшення. Найбільше він зменшився у 2017 р. порівняно з 2016 р. – на 8%.

Здебільшого це відбулося за рахунок збільшення інших витрат – на 4%. Загалом за 2013-2017 рр. чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 8%. За рахунок того, що чистий дохід зменшувався швидше, ніж собівартість продукції, доходи підприємства у 2017 р. порівняно з 2016 р. скоротилися на 9%. Собівартість реалізованої продукції у досліджуваному періоді збільшилася на 6%. Як результат, скоротився і прибуток підприємства - на 49% за досліджуваний період.

Розглянемо показники майнового стану підприємства, що відображаються в активі балансу (табл. 2.4).

Протягом досліджуваного періоду спостерігалось зменшення вартості активів ТОВ «АРХІМАСТ-М» (на 9,6%). Зменшення відбувалося як за рахунок скорочення вартості необоротних активів (на 14,8%), так і за рахунок незначного скорочення вартості оборотних активів (на 1,3%). При цьому найбільше зменшення необоротних активів відбулося у 2015 р. порівняно з 2014 р. (на 15,8%). Вартість основних засобів у загальному обсязі необоротних активів на протязі 2013-2017 рр. зменшився незначно (на 3,3%). Знос основних засобів за досліджуваний період збільшився у 1,8 рази. У структурі необоротних активів найбільшу частку становлять основні засоби (54,3%), що є позитивним моментом у роботі підприємства.

Вартість оборотних активів у 2016-2017 рр. скорочувалася швидшими темпами, ніж необоротних (на 6,5% та 3,2% відповідно), в основному за рахунок збільшення дебіторської заборгованості та запасів. У 2016 р. дебіторська заборгованість досліджуваного підприємства збільшилася на 32,8%, проте вже у 2017 р. ситуація суттєво змінилася і заборгованість зменшилася на 56,2%.

Таблиця 2.4

Динаміка активів ТОВ «АРХІМАСТ-М» за 2013-2017 рр., тис. грн

Стаття	На 31.12. 2013	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	Абсолютне відхилення					Відносне відхилення, %				
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
I. Необоротні активи															
Основні засоби	2330	1846	1693	2293	2253	-484	-153	600	-40	-77	79,2	91,7	135,4	98,3	96,7
первісна вартість	3100	3118	3085	3618	3601	18	-33	533	-17	501	100,6	98,9	117,3	99,5	116,2
знос	770	1272	1392	1325	1348	502	120	-67	23	578	165,2	109,4	95,2	101,7	175,1
Довгострокові фінансові інвестиції	1741	1610	1205	1341	1343	-131	-405	136	2	-398	92,5	74,8	111,3	100,1	77,1
Інші необоротні активи	802	795	680	664	555	-7	-115	-16	-109	-247	99,1	85,5	97,6	83,6	69,2
Всього за розділом I	4873	4251	3578	4298	4151	-622	-673	720	-147	-722	87,2	84,2	120,1	96,6	85,2
II. Оборотні активи															
Запаси, у тому числі:	302	310	292	277	229	8	-18	-15	-48	-73	102,6	94,2	94,9	82,7	75,8
готова продукція	139	142	136	128	108	3	-6	-8	-20	-31	102,2	95,8	94,1	84,4	77,7
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	105	103	81	106	114	-2	-22	25	8	9	98,1	78,6	130,9	107,5	108,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками: з бюджетом	432	685	628	834	365	253	-57	206	-469	-67	158,6	91,7	132,8	43,8	84,5
Інша поточна дебіторська заборгованість	876	1497	2672	1311	1488	621	1175	-1361	177	612	170,9	178,5	49,1	113,5	169,9
Гроші та їх еквіваленти	854	742	627	528	409	-112	-115	-99	-119	-445	86,9	84,5	84,2	77,5	47,9
Витрати майбутніх періодів	119	102	117	94	82	-17	15	-23	-12	-37	85,7	114,7	80,3	87,2	68,9
Інші оборотні активи	392	395	381	375	353	3	-14	-6	-22	-39	100,8	96,5	98,4	94,1	90,1
Усього за розділом II	3080	3834	4798	3525	3040	754	964	-1273	-485	-40	124,5	125,1	73,5	86,2	98,7
Баланс	7953	8085	8376	7823	7191	132	291	-553	-632	-762	101,7	103,6	93,4	91,9	90,4

Джерело: розраховано автором за даними додатку А.

Запаси підприємства, як виробничі, так і готова продукція в запасах, зменшувалися щороку за виключенням 2014 р. У структурі оборотних активів найбільшу частку становить інша поточна дебіторська заборгованість (49%).

Розглянемо джерела фінансування майна підприємства, що відображаються у пасиві балансу (табл. 2.5).

Джерела фінансування ТОВ «АРХІМАСТ-М» у досліджуваному періоді зменшилися як за рахунок власного капіталу, так і за рахунок позикових коштів. Так, у 2013-2017 рр. вартість власного капіталу зменшилася на 4,4%. Це відбулося, в основному, за рахунок скорочення резервного капіталу (на 3,6%) та нерозподіленого прибутку (на 3,3%). Зареєстрований (пайовий) капітал збільшився у досліджуваному періоді на 2%

Довгострокові зобов'язання і забезпечення у досліджуваному періоді зменшилися на 22,5%. Поточні зобов'язання і забезпечення зменшилися на 2,2%. Короткострокові кредити банків зменшилися на 59,9%. Найбільше скорочення за цією статтею відбулося у 2016 р. (на 26,6%).

У структурі поточних зобов'язань найбільше зменшилися довгострокові зобов'язання (на 76,8%), натомість збільшилися зобов'язання за товари, роботи, послуги (у 3,1 рази), за розрахунками зі страхування (у 2,6 рази) та за розрахунками з оплати праці (у 3 рази). Найбільшу суму поточної кредиторської заборгованості станом на кінець 2017 р. підприємство має за товари, роботи, послуги (443 тис. грн) та за розрахунками з оплати праці (299 тис. грн), найменшу – за розрахунками зі страхування (92 тис. грн). Доходи майбутніх періодів досліджуваного підприємства складають 238 тис. грн.

Здійснимо більш детальний аналіз фінансового стану підприємства з урахуванням динаміки його змін, які склалися за результатами господарської діяльності підприємства за п'ять останніх років за допомогою групи показників.

Таблиця 2.5

Динаміка пасивів ТОВ «АРХІМАСТ-М» за 2013-2017 рр., тис. грн

Стаття	На 31.12. 2013	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	Абсолютне відхилення					Відносне відхилення, %				
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
I. Власний капітал															
Зареєстрований (пайовий) капітал	2389	2389	2453	2393	2393	0	64	-60	0	4	100,0	102,7	97,6	100,0	100,2
Резервний капітал	851	851	865	748	735	0	14	-117	-13	-116	100,0	101,6	86,5	98,3	86,4
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	354	373	372	369	307	19	-1	-3	-62	-47	105,4	99,7	99,2	83,2	86,7
Всього за розділом I	3594	3613	3690	3510	3435	19	77	-180	-75	-159	100,5	102,1	95,1	97,9	95,6
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	2501	2142	2341	2342	1938	-359	199	1	-404	-563	85,6	109,3	100,0	82,7	77,5
III. Поточні зобов'язання															
Короткострокові кредити банків	591	468	421	309	243	-123	-47	-112	-66	-348	79,2	90,0	73,4	78,6	41,1
Поточна кредиторська заборгованість за:															
довгостроковими зобов'язаннями	556	959	673	131	129	403	-286	-542	-2	-427	172,5	70,2	19,5	98,5	23,2
товари, роботи, послуги	143	189	247	466	443	46	58	219	-23	300	132,2	130,7	188,7	95,1	309,8
розрахунками з бюджетом	179	141	157	129	118	-38	16	-28	-11	-61	78,8	111,3	82,2	91,5	65,9
розрахунками зі страхування	36	61	88	101	92	25	27	13	-9	56	169,4	144,3	114,8	91,1	255,6
розрахунками з оплати праці	101	167	229	314	299	66	62	85	-15	198	165,3	137,1	137,1	95,2	296,0
Доходи майбутніх періодів	110	234	363	253	238	124	129	-110	-15	128	212,7	155,1	69,7	94,1	216,4
Інші поточні зобов'язання	142	111	167	268	256	-31	56	101	-12	114	78,2	150,5	160,5	95,5	180,3
Усього за розділом III	1858	2330	2345	1971	1818	472	15	-374	-153	-40	125,4	100,6	84,1	92,2	97,8
Баланс	7953	8085	8376	7823	7191	132	291	-553	-632	-762	101,7	103,6	93,4	91,9	90,4

Джерело: розраховано автором за даними додатку А.

Розрахуємо показники ліквідності та платоспроможності підприємства, що дозволить визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання, а також залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Динаміка показників ліквідності та платоспроможності ТОВ

«АРХІМАСТ-М» за 2013-2017 рр.

Показники	На 31.12. 2013	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	Абсолютне відхилення, 31.12.2017/ 31.12.2013
Показники ліквідності						
Коефіцієнт покриття	1,66	1,65	2,05	1,79	1,67	0,01
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,50	1,51	1,92	1,65	1,55	0,05
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,46	0,32	0,27	0,27	0,22	-0,24
Чистий оборотний капітал, тис. грн	122,2	150,4	245,3	155,4	122,2	0,00
Показники платоспроможності						
Коефіцієнт платоспроможності	0,45	0,45	0,44	0,45	0,48	0,03
Коефіцієнт фінансування	1,21	1,24	1,27	1,23	1,09	-0,12
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,40	0,39	0,51	0,44	0,40	0,00
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,34	0,42	0,66	0,44	0,36	0,02

Джерело: розраховано автором за даними додатку А.

Коефіцієнт покриття протягом досліджуваного періоду має тенденцію до зменшення. Це говорить про наявність у підприємства ресурсів для погашення поточних зобов'язань. Коефіцієнт швидкої ліквідності свідчить, що ТОВ «АРХІМАСТ-М» має достатньо грошових та інших ліквідних активів та, у разі негайної потреби, зможе розрахуватися з кредиторами. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, що ТОВ «АРХІМАСТ-М» мало достатню частку вільних грошових коштів та, за потреби, значна частина боргів може бути сплачена негайно. Сума чистого оборотного капіталу у 2013-2015 рр. мала тенденцію до збільшення, що є позитивним результатом,

так як чистий оборотний капітал необхідний для підтримки фінансової стійкості підприємства, оскільки перевищення оборотних коштів над короткостроковими зобов'язаннями означає, що підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але і має резерви для розширення діяльності.

Незважаючи на те, що у 2016-2017 рр. сума чистого оборотного капіталу зменшилася, його величина свідчить про спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання та розширювати подальшу діяльність.

Коефіцієнт платоспроможності протягом досліджуваного періоду збільшився з 0,45 до 0,48, але при цьому як на початок, так і на кінець періоду цей коефіцієнт нижчий за оптимальне його значення. Значення коефіцієнта свідчить, що на кінець року в кожній тисячі гривень вкладених активів підприємства 48 грн становлять власні кошти. Коефіцієнт фінансування зменшився на 0,12 пунктів майже вдвічі (з 1,21 до 1,09), що є позитивною тенденцією. Як на початок, так і на кінець року він у декілька разів мав значення набагато більше за оптимальне. Значення цього коефіцієнта на кінець 2017 року свідчить про те, що на кожну гривню власних коштів припадає 1,09 грн залучених коштів. У цілому, підприємство було забезпечено ресурсами для проведення незалежної фінансової політики, про що свідчить значення коефіцієнту забезпеченості власними оборотними засобами. Коефіцієнт маневреності власного капіталу у 2016-2017 рр. мав тенденцію до зростання, а це свідчить про достатню гнучкість використання власного капіталу.

Результати аналізу ефективності основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів та рентабельності підприємства представлено у табл. 2.7.

Значення коефіцієнту оборотності активів щороку зменшувався, за рахунок скорочення доходу від реалізації продукції. Зменшення значення

цього показника є негативною тенденцією у діяльності підприємства та свідчить про неефективне використання підприємством наявних ресурсів.

Таблиця 2.7

Динаміка показників ділової активності та рентабельності

ТОВ «АРХІМАСТ-М» за 2013-2017 рр.

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення, 2017/2013
Показники ділової активності						
Коефіцієнт оборотності активів	3,39	3,57	3,48	3,32	3,29	-0,10
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	19,09	15,47	10,11	9,56	11,71	-7,38
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	23,31	20,54	17,96	18,13	17,98	-5,33
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	18,86	23,27	35,61	37,66	30,75	11,89
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	15,45	17,52	20,04	19,86	20,02	4,57
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	50,21	50,70	51,94	55,12	63,18	12,97
Коефіцієнт оборотності основних засобів	8,70	9,20	9,23	8,03	6,84	-1,86
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	7,50	7,94	7,84	7,48	7,11	-0,39
Показники рентабельності						
Коефіцієнт рентабельності активів	1,00	1,02	1,08	0,84	0,54	-0,46
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	2,22	2,28	2,43	1,89	1,16	-1,06
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,30	0,29	0,31	0,25	0,16	-0,14
Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції	0,60	0,60	0,60	0,58	0,53	-0,07

Джерело: розраховано автором за даними додатку А.

Коефіцієнти оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості мають тенденцію до зменшення, що означає погіршення платіжної дисципліни покупців. Середній період погашення як дебіторської, так і кредиторської заборгованостей підприємства збільшився. Строк погашення дебіторської заборгованості збільшився з 18 до 30 днів, кредиторської – з 15 до 20 днів. Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів збільшився з 50,21 до 63,18, що свідчить про прискорення реалізації продукції. Коефіцієнт

оборотності основних засобів у досліджуваному періоді зменшився, що вказує на неефективність використання основних засобів підприємством. Значення коефіцієнту оборотності власного капіталу щороку зменшується, а отже зменшуються ефективність використання власного капіталу підприємством.

Значення всіх розрахованих коефіцієнтів рентабельності зменшувалися протягом досліджуваного періоду. Так, показники ефективності використання активів, рентабельності діяльності підприємства та рентабельності власного капіталу зменшилися протягом 2013-2017 рр. з 0,30 до 0,16 та з 2,22 до 1,16 відповідно, коефіцієнт рентабельності продукції зменшився з 0,60 до 0,53. Таким чином, аналіз рентабельності підприємства дозволив визначити неефективне вкладення коштів у підприємство та нераціональність їхнього використання.

2.3. Оцінка ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ АРХІМАСТ-М»

Основною метою діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» є максимізація прибутку за рахунок збільшення обсягів збуту, розширення кола клієнтів та максимального задоволення їх потреб, покращення іміджу країни за її межами і підтвердження того, що українська продукція є якісною та конкурентоспроможною на світовому ринку.

Підприємство експортує продукцію власного виробництва. Продукція підприємства відповідає міжнародним вимогам, що надає можливість вийти на зовнішній ринок та зайняти на ньому певне місце. Більше 40% виробленої підприємством продукції реалізується на експорт (рис. 2.3).

Протягом досліджуваного періоду обсяги чистого доходу від здійснення експортних операцій збільшилися на 5,3%. Найбільші темпи приросту експортного чистого доходу зафіксовано у 2014 р. (12,5%). Протягом 2016-2017 рр. відбулося скорочення обсягів чистого доходу від експорту (на 4,6% та 5%

відповідно). В абсолютних показниках чистий дохід від здійснення експортних операцій протягом досліджуваного періоду зростає на 514,8 тис. грн.

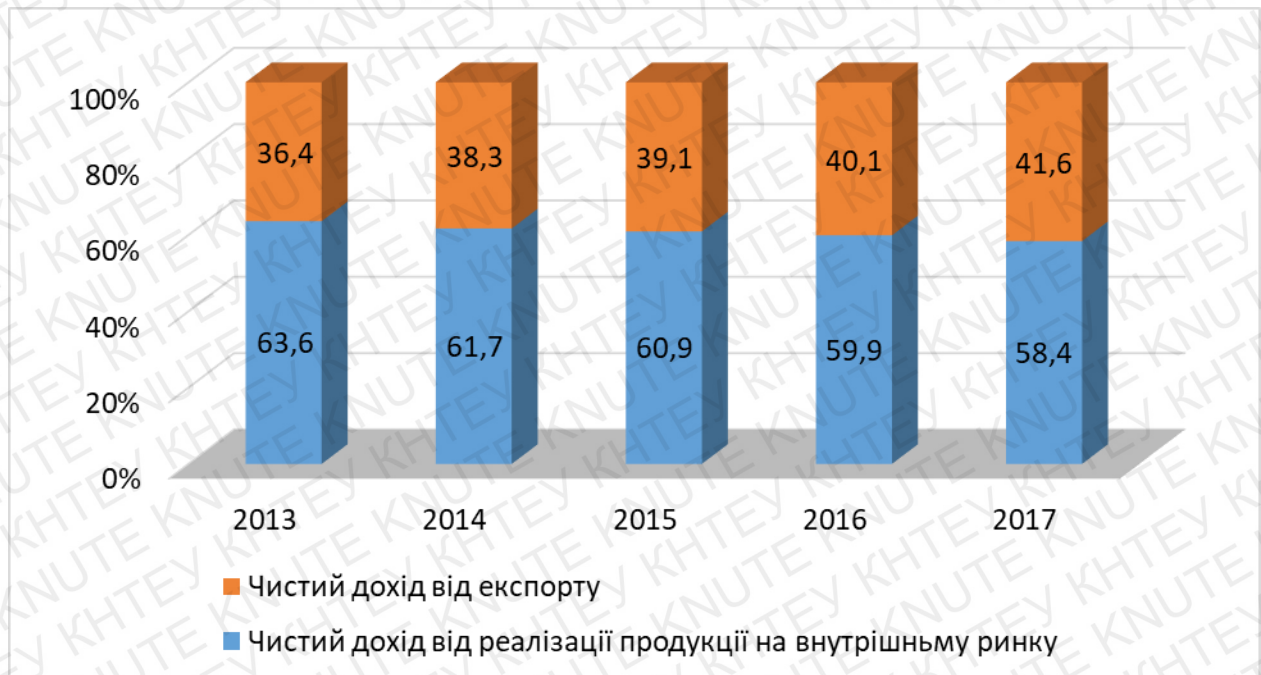


Рис. 2.3. Структура чистого доходу ТОВ «АРХІМАСТ-М» від реалізації продукції у 2013-2017 рр., тис. грн

Джерело: розраховано автором.

Товарну структуру експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» становить шпонована продукція: МДФ, столярні плити, ДСП, ХДФ та фанера (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Динаміка обсягів чистого доходу від експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» за товарною структурою у 2013-2017 рр., тис. грн

Продукція	2013	2014	2015	2016	2017	Темпи зростання, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
МДФ	1608,2	1708,2	1694,5	1788,5	1885,8	106,2	99,2	105,5	105,4
Столярні плити	2474,6	2442,8	2750,3	3792,9	3785,6	98,7	112,6	137,9	99,8
ДСП	1210,2	1438,3	1171,6	1011,2	913,9	118,8	81,5	86,3	90,4
ХДФ	3460,6	4164,5	4708,9	3513,6	3069,0	120,3	113,1	74,6	87,3
Фанера	990,2	1209,7	877,3	696,1	604,3	122,2	72,5	79,3	86,8
Всього	9743,8	10963,5	11202,6	10802,3	10258,6	112,5	102,2	96,4	95,0

Джерело: розраховано автором.

У досліджуваному періоді зросли обсяги експорту столярних плит (на 53%) та МДФ (на 17,3%). У той же час зменшилися обсяги експортних поставок ДСП (на 24,5%), фанери (на 39%) та ХДФ (на 11,3%).

Як видно з рис. 2.4, у товарній структурі експорту підприємства станом на кінець 2017 р. найбільшу частку складали столярні плити (36,9%) та ХДФ (29,9%).

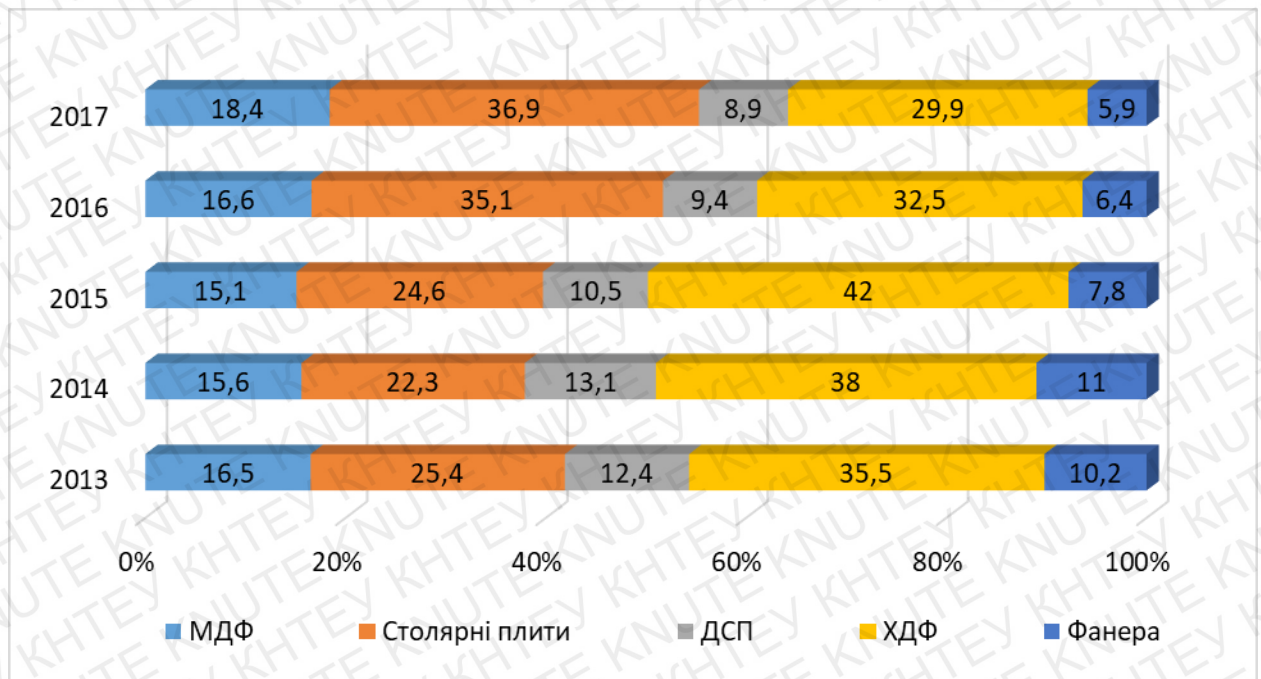


Рис. 2.4. Товарна структура експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2013-2017 рр.

Джерело: розраховано автором.

Загалом зазначені товарні групи забезпечили майже 67% чистого доходу підприємства від здійснення експортних операцій. У досліджуваному періоді збільшилася питома вага столярних плит – на 11,5 відсоткових пунктів та МДФ – на 1,9%. Проте зменшилася частка ХДФ (з 35,5% до 29,9%), фанери (з 10,2% до 5,9%) та ДСП (з 12,4% до 8,9%).

Географічна структура міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» представлена чотирма країнами: Румунією, Польщею, Угорщиною та Словаччиною (табл. 2.9).

Найбільші темпи зростання обсягів чистого доходу протягом 2013-2017 рр. забезпечили Румунія (40,8%) та Угорщина (20,5%). Натомість зменшилися обсяги доходу від експорту до Словаччини (на 39,9%) та Польщі (на 1,5%).

Таблиця 2.9

**Динаміка обсягів чистого доходу від експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М»
за географічною структурою у 2013-2017 рр., тис. грн**

Країни	2013	2014	2015	2016	2017	Темпи зростання, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Румунія	1529,8	1600,6	1814,8	1879,6	2154,3	104,6	113,4	103,6	114,6
Польща	3624,7	4177,1	4077,7	3802,4	3570,0	115,2	97,6	93,2	93,9
Угорщина	2942,6	3557,7	4068,9	3923,5	3545,4	120,9	114,4	96,4	90,4
Словаччина	1646,7	1628,1	1241,2	1196,8	988,9	98,9	76,2	96,4	82,6
Всього	9743,8	10963,5	11202,6	10802,3	10258,6	112,5	102,2	96,4	95,0

Джерело: розраховано автором.

Найбільшу частку у географічній структурі експорту підприємства становлять Польща та Угорщина – відповідно 34,8% та 34,6% (рис. 2.5).

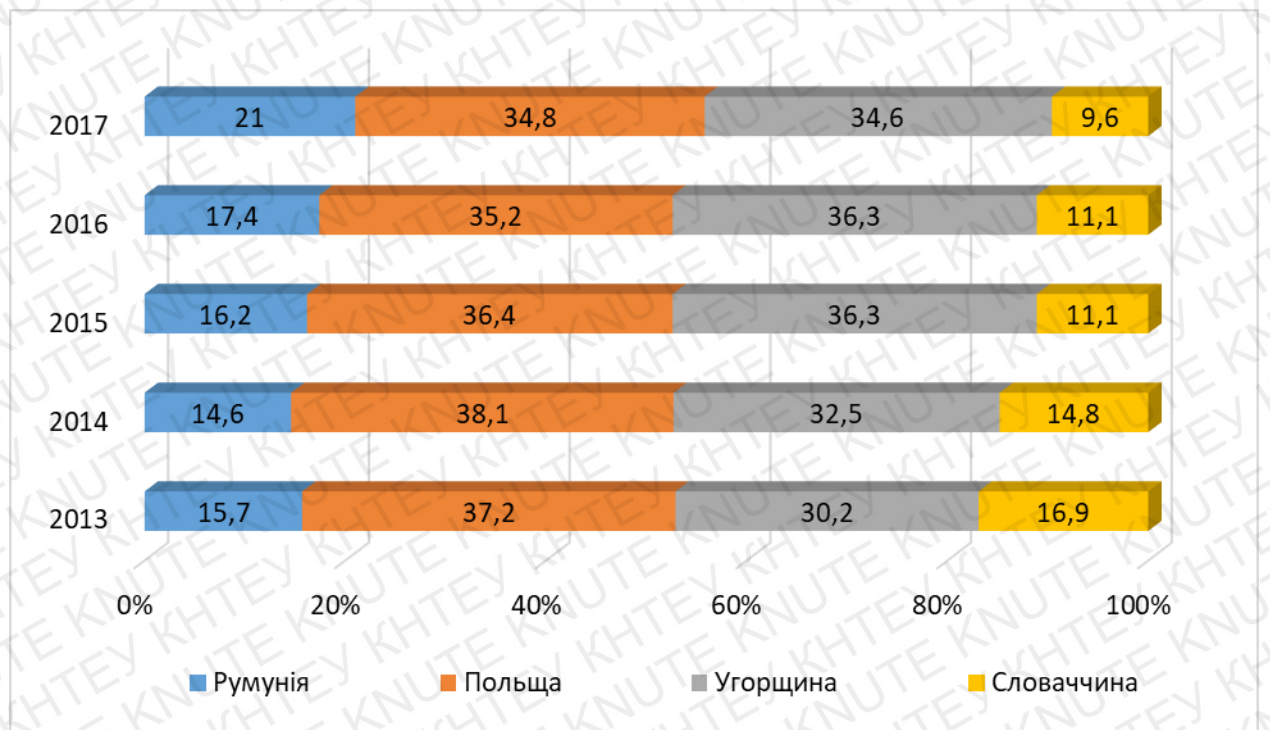


Рис. 2.5. Географічна структура експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2013-2017 рр.

Джерело: розраховано автором.

Динаміка географічної структури свідчить, що у досліджуваному періоді у загальному обсязі країн, до яких здійснювався експорт продукції, збільшилися частки Румунії та Угорщини (на 5,3 та 4,4 відсоткових пунктів відповідно) та зменшилися частки Словаччини та Польщі (на 7,3 та 2,4 відсоткових пунктів).

Розглянемо детальніше динаміку та структуру міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М». У табл. 2.10 наведено динаміку експорту підприємства у розрізі країн-контрагентів за товарною структурою.

Так, у досліджуваному періоді суттєво збільшилися поставки ДСП до Угорщини (у 2,4 раза), столярних плит до Польщі (у 2,1 раза) та МДФ до Румунії (у 2 рази). Трохи нижчими були темпи приросту експорту столярних плит та фанери до Угорщини (56,9% та 20,2% відповідно) та столярних плит до Румунії (4,9%).

У той же час зменшилися обсяги поставок підприємством ХДФ до Угорщини та Польщі (на 10,4% та 12,2% відповідно), ДСП до Словаччини та Польщі (у 2,5 раза та 2,3 раза), фанери до Польщі (у 3,2 раза) та МДФ до Словаччини (на 38%). Найбільші обсяги доходу у 2017 р. забезпечували поставки столярних плит та ХДФ до Польщі та Угорщини.

Всі експортні операції ТОВ «АРХІМАСТ-М» здійснює на умовах постачання FCA Київ, використовуючи Incoterms 2010. Термін FCA («Франко перевізник») означає, що продавець доставить товар, який пройшов митне очищення, зазначеному покупцем перевізнику до названого місця. Таким чином, на ТОВ «АРХІМАСТ-М» покладаються обов'язки з доставки товарів з м. Бровари та передачі його зазначеному покупцем перевізнику. ТОВ «АРХІМАСТ-М» не відповідає за навантаження товару на наданий покупцем транспортний засіб. Усі ризики втрати або пошкодження товару переходять від ТОВ «АРХІМАСТ-М» до покупця у пункті передачі товарів перевізнику. Витрати за перевезення несе покупець. Також ця умова постачання звільняє ТОВ «АРХІМАСТ-М» від обов'язків зі страхування товарів.

Оцінку ефективності експорту підприємства здійснено за усіма товарними групами та країнами-контрагентами.

Таблиця 2.10

Динаміка обсягів чистого доходу ТОВ «АРХІМАСТ-М» від експорту продукції у розрізі країн-контрагентів

у 2013-2017 рр., тис. грн

Країна / продукція	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення					Темпи приросту, %				
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Румунія	1529,8	1600,6	1814,8	1879,6	2154,3	70,8	214,2	64,8	274,7	624,5	4,6	13,4	3,6	14,6	40,8
МДФ	552,3	643,4	813	924,8	1128,9	91,1	169,6	111,8	204,1	576,6	16,5	26,4	13,8	22,1	104,4
Столярні плити	977,5	957,2	1001,8	954,8	1025,4	-20,3	44,6	-47,0	70,6	47,9	-2,1	4,7	-4,7	7,4	4,9
Польща	3624,7	4177,1	4077,7	3802,4	3570	552,4	-99,4	-275,3	-232,4	-54,7	15,2	-2,4	-6,8	-6,1	-1,5
ДСП	409,6	618,3	468,9	193,9	174,9	208,7	-149,4	-275,0	-19,0	-234,7	51,0	-24,2	-58,6	-9,8	-57,3
ХДФ	1783,7	2139,9	2299,8	1681,8	1565,9	356,2	159,9	-618,0	-115,9	-217,8	20,0	7,5	-26,9	-6,9	-12,2
Столярні плити	771,7	621,1	880,8	1652,9	1622,1	-150,6	259,7	772,1	-30,8	850,4	-19,5	41,8	87,7	-1,9	110,2
Фанера	659,7	797,8	428,2	273,8	207,1	138,1	-369,6	-154,4	-66,7	-452,6	20,9	-46,3	-36,1	-24,4	-68,6
Угорщина	2942,6	3557,7	4068,9	3923,5	3545,4	615,1	511,2	-145,4	-378,1	602,8	20,9	14,4	-3,6	-9,6	20,5
Столярні плити	725,4	864,5	867,7	1185,2	1138,1	139,1	3,2	317,5	-47,1	412,7	19,2	0,4	36,6	-4,0	56,9
Фанера	330,5	411,9	449,1	422,3	397,2	81,4	37,2	-26,8	-25,1	66,7	24,6	9,0	-6,0	-5,9	20,2
ХДФ	1676,9	2024,6	2409,1	1831,8	1503,1	347,7	384,5	-577,3	-328,7	-173,8	20,7	19,0	-24,0	-17,9	-10,4
ДСП	209,8	256,7	343	484,2	507	46,9	86,3	141,2	22,8	297,2	22,4	33,6	41,2	4,7	141,7
Словаччина	1646,7	1628,1	1241,2	1196,8	988,9	-18,6	-386,9	-44,4	-207,9	-657,8	-1,1	-23,8	-3,6	-17,4	-39,9
МДФ	1055,9	1064,8	881,5	863,7	756,9	8,9	-183,3	-17,8	-106,8	-299,0	0,8	-17,2	-2,0	-12,4	-28,3
ДСП	590,8	563,3	359,7	333,1	232	-27,5	-203,6	-26,6	-101,1	-358,8	-4,7	-36,1	-7,4	-30,4	-60,7
Всього	9743,8	10963,5	11202,6	10802,3	10258,6	1219,7	239,1	-400,3	-543,7	514,8	12,5	2,2	-3,6	-5,0	5,3

Джерело: розраховано автором.

Як видно з табл. 2.11, експорт МДФ був ефективним протягом всього періоду. Чистий дохід від експорту збільшився з 1608,2 тис. грн до 1885,8 тис. грн. Але за рахунок збільшення собівартості продукції прибуток підприємства від експортних поставок МДФ зменшився з 55,8 тис. грн у 2013 р. до 40,2 тис. грн у 2017 р. Ефективність експорту зменшилася з 1,04 до 1,02.

Таблиця 2.11

Показники ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» МДФ

у 2013-2017 рр., тис грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту продукції	1608,2	1708,2	1694,5	1788,5	1885,8
Собівартість виробництва експортної продукції	1259,6	1430,2	1472,8	1379,2	1556,6
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	292,8	235,6	212,0	302,3	289,0
- навантаження на транспортний засіб	73,2	58,9	53	75,6	72,25
- доставка до основного перевізника	219,6	176,7	159	226,7	216,75
Загальні витрати на експорт продукції	1552,4	1665,8	1684,8	1681,5	1845,6
Ефект експорту	55,8	42,4	9,7	107,0	40,2
Ефективність експорту	1,04	1,03	1,01	1,06	1,02

Джерело: розраховано автором.

Результати розрахунку, що наведені у табл. 2.12, свідчать про збільшення ефективності експортних операцій столярних плит протягом 2013-2017 рр. з 1,77 до 1,84 відповідно.

Таблиця 2.12

Показники ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» столярних плит

у 2013-2017 рр., тис грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту продукції	2474,6	2442,8	2750,3	3792,9	3785,6
Собівартість виробництва експортної продукції	1228,0	1382,1	1420,6	1716,7	1756,3
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	173,5	197,1	199,2	326,9	305,0
- навантаження на транспортний засіб	43,4	49,3	49,8	81,7	76,3
- доставка до основного перевізника	130,1	147,8	149,4	245,2	228,8
Загальні витрати на експорт продукції	1401,5	1579,2	1619,8	2043,6	2061,3
Ефект експорту	1073,1	863,6	1130,5	1749,3	1724,3
Ефективність експорту	1,77	1,55	1,70	1,86	1,84

Джерело: розраховано автором.

За результатами експорту цього виду продукції підприємство за п'ять років отримало прибуток у сумі 1311 тис. грн. Проте показник ефективності експорту у 2017 р. був меншим за аналогічний показник 2016 р. на 0,02 пункти. На незначне зменшення вплинуло зростання собівартості виробництва експортної продукції.

Чистий дохід від експорту ДСП зменшилася у досліджуваному періоді з 1210,2 тис. грн до 913,9 тис. грн (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Показники ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» ДСП
у 2013-2017 рр., тис грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту продукції	1210,2	1438,3	1171,6	1011,2	913,9
Собівартість виробництва експортної продукції	745,6	839,2	862,6	820,9	750,5
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	184,4	209,4	211,6	159,2	157,1
- навантаження на транспортний засіб	46,1	52,4	52,9	39,8	39,3
- доставка до основного перевізника	138,3	157,1	158,7	119,4	117,8
Загальні витрати на експорт продукції	930,0	1048,6	1074,2	980,1	907,6
Ефект експорту	280,2	389,7	97,4	31,1	6,3
Ефективність експорту	1,30	1,37	1,09	1,03	1,01

Джерело: розраховано автором.

При цьому суттєво зменшився ефект експорту – з 280,2 тис. грн до 6,3 тис. грн. Відповідно відбулося зменшення показника ефективності – з 1,30 у 2013 р. до 1,01 у 2017 р. Така ситуація склалася за рахунок значного зменшення обсягів поставок ДСП до Словаччини та Польщі (більше ніж у 2 рази).

Показник ефективності експорту ХДФ у 2017 р. становив 2,55, що є найоптимальнішим значенням серед коефіцієнтів ефективності експорту всіх видів продукції (табл. 2.14).

Але це найнижче значення за досліджуваний період. Так, порівнюючи з 2013 р. ефективність зменшилася на 1,35 пунктів, а порівняно з 2015 р., у якому цей показник набув найбільшого значення (4,16), - на 1,61 пункти. Дохід від експорту зменшився з 2574,0 тис. грн до 1867,3 тис. грн. Найвищу суму доходу від експорту ХДФ підприємство отримало у 2015 р. 3577,3 тис. грн.

Таблиця 2.14

Показники ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» ХДФ у 2013-2017 рр., тис грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту продукції	3460,6	4164,5	4708,9	3513,6	3069
Собівартість виробництва експортної продукції	626,3	692,3	708,9	977,1	899,3
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	260,3	392,7	422,7	295,3	302,4
- навантаження на транспортний засіб	65,1	98,2	105,7	73,8	75,6
- доставка до основного перевізника	195,2	294,5	317,0	221,5	226,8
Загальні витрати на експорт продукції	886,6	1085,0	1131,6	1272,4	1201,7
Ефект експорту	2574,0	3079,5	3577,3	2241,2	1867,3
Ефективність експорту	3,90	3,84	4,16	2,76	2,55

Джерело: розраховано автором.

Також скоротився чистий дохід від експорту фанери з 990,2 тис. грн до 604,3 тис. грн. (табл. 2.15), що вплинуло на отримання прибутку, який зменшився з 290,4 тис. грн до 58,0 тис. грн. Відповідно це відобразилося на значенні показника ефективності експорту (зменшення з 1,41 до 1,11).

Таблиця 2.15

Показники ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» фанери у 2013-2017 рр., тис грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту продукції	990,2	1209,7	877,3	696,1	604,3
Собівартість виробництва експортної продукції	526,3	592,4	608,8	523	381,3
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	173,5	197,1	199,1	146,9	165,0
- навантаження на транспортний засіб	43,4	49,3	49,8	36,7	41,3
- доставка до основного перевізника	130,1	147,8	149,3	110,2	123,8
Загальні витрати на експорт продукції	699,8	789,5	807,9	669,9	546,3
Ефект експорту	290,4	420,2	69,4	26,2	58,0
Ефективність експорту	1,41	1,53	1,09	1,04	1,11

Джерело: розраховано автором.

Результати розрахунків свідчать, що значення показника ефективності експорту зменшилося за всіма видами продукції, крім столярних плит.

Серед країн, до яких ТОВ «АРХІМАСТ-М» здійснювало поставки продукції, найбільш ефективним був експорт до Польщі (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Динаміка показників ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» у розрізі географічної структури у 2013-2017 рр., тис. грн

Країни	Показники	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення, 2017/2013	
							абс.	відн., %
Румунія	Чистий дохід від експорту продукції	1529,8	1600,6	1814,8	1879,6	2154,3	624,5	140,8
	Собівартість виробництва експортної продукції	772,9	800,9	935,0	1058,7	1204,1	431,2	155,8
	Накладні витрати при експорті	279,2	288,3	297,7	298,3	301,6	22,4	108,0
	- навантаження на транспортний засіб	44,7	46,1	47,6	47,7	48,3	3,6	108,1
	- доставка до основного перевізника	234,5	242,2	250,1	250,6	253,3	18,8	108,0
	Загальні витрати на експорт продукції	1052,1	1089,2	1232,7	1357	1505,7	453,6	143,1
	Ефект експорту	477,7	511,4	582,1	522,6	648,6	170,9	135,8
	Коефіцієнт ефективності експорту	1,45	1,47	1,47	1,39	1,43	-0,02	98,6
Польща	Чистий дохід від експорту продукції	3624,7	4177,1	4077,7	3802,4	3570,0	-54,7	98,5
	Собівартість виробництва експортної продукції	1570,5	1796,8	1807,3	1788,9	1738,4	167,9	110,7
	Накладні витрати при експорті	318,4	400,7	402,9	390,3	395,7	77,3	124,3
	- навантаження на транспортний засіб	50,9	64,1	64,5	62,4	63,3	12,4	124,4
	- доставка до основного перевізника	267,5	336,6	338,4	327,9	332,4	64,9	124,3
	Загальні витрати на експорт продукції	1888,9	2197,5	2210,2	2179,2	2134,1	245,2	113,0
	Ефект експорту	1735,8	1979,6	1867,5	1623,2	1435,9	-299,9	82,7
	Коефіцієнт ефективності експорту	1,92	1,90	1,84	1,74	1,67	-0,25	87,0
Угорщина	Чистий дохід від експорту продукції	2942,6	3557,7	4068,9	3923,5	3545,4	602,8	120,5
	Собівартість виробництва експортної продукції	1292,4	1605,4	1778,4	2018,9	1943,3	650,9	150,4
	Накладні витрати при експорті	215,6	267,5	276,2	277,8	279,1	63,5	129,5
	- навантаження на транспортний засіб	34,5	42,8	44,2	44,4	44,7	10,2	129,6
	- доставка до основного перевізника	181,1	224,7	232,0	233,4	234,4	53,3	129,4
	Загальні витрати на експорт продукції	1508,0	1872,9	2054,6	2296,7	2222,4	714,4	147,4
	Ефект експорту	1434,6	1684,8	2016,3	1626,8	1323,0	-111,6	92,2
	Коефіцієнт ефективності експорту	1,95	1,90	1,98	1,71	1,60	-0,35	82,1
Словаччина	Чистий дохід від експорту продукції	1646,7	1628,1	1241,2	1196,8	988,9	-657,8	60,1
	Собівартість виробництва експортної продукції	750,0	733,1	553,0	550,4	458,2	-291,8	61,1
	Накладні витрати при експорті	271,3	275,4	267,8	264,2	242,1	-29,2	89,2
	- навантаження на транспортний засіб	43,4	44,1	42,8	42,3	38,7	-4,7	89,2
	- доставка до основного перевізника	227,9	231,3	225,0	221,9	203,4	-24,5	89,2
	Загальні витрати на експорт продукції	1021,3	1008,5	820,8	814,6	700,3	-321	68,6
	Ефект експорту	625,4	619,6	420,4	382,2	288,6	-336,8	46,1
	Коефіцієнт ефективності експорту	1,61	1,61	1,51	1,47	1,41	-0,20	87,6

Джерело: розраховано автором.

Значення показника ефективності експорту за цією країною у 2017 р. становило 1,67. Загалом експорт був ефективним до всіх країн-контрагентів, проте зменшення ефективності відбулося протягом досліджуваного періоду за всіма країнами без виключення. Так, найсуттєвіше зменшення показника відбулося у торгівлі з Угорщиною (на 0,35 пунктів). Найбільший обсяг доходу в період 2013-2017 рр. підприємство отримало від експортних поставок до Румунії – 170,9 тис. грн, за іншими країнами показник ефекту експорту мав від’ємне значення.

Загальну ефективність експортних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» наведено у табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Показники ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2013-2017 рр.,

тис. грн.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту продукції	9743,8	10963,5	11202,6	10802,3	10258,6
Собівартість виробництва експортної продукції	4385,8	4936,2	5073,7	5416,9	5344,0
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	1084,5	1231,9	1244,6	1230,6	1218,5
- навантаження на транспортний засіб	488,2	552,0	571,1	569,2	576,0
- доставка до основного перевізника	596,3	679,9	673,5	661,4	642,5
Загальні витрати на експорт продукції	5470,3	6168,1	6318,3	6647,5	6562,5
Ефект експорту	4273,5	4795,4	4884,3	4154,8	3696,1
Ефективність експорту	1,78	1,78	1,77	1,63	1,56

Джерело: розраховано автором.

Як видно з результатів розрахунків, починаючи з 2015 р. простежується тенденція до зменшення ефективності експортних операцій. Динаміку показників ефекту та ефективності операцій з експорту підприємства у вигляді темпів приросту наведено на рис. 2.6.

Отже, ефект від експорту у 2014 році збільшився відносно попереднього періоду на 12,2%, у 2015 році – на 1,9%, показник ефективності за цей період зменшився на 0,6. У 2016 році відбулося найсуттєвіше зменшення показників ефекту та ефективності на 14,9% та 7,9% відповідно.

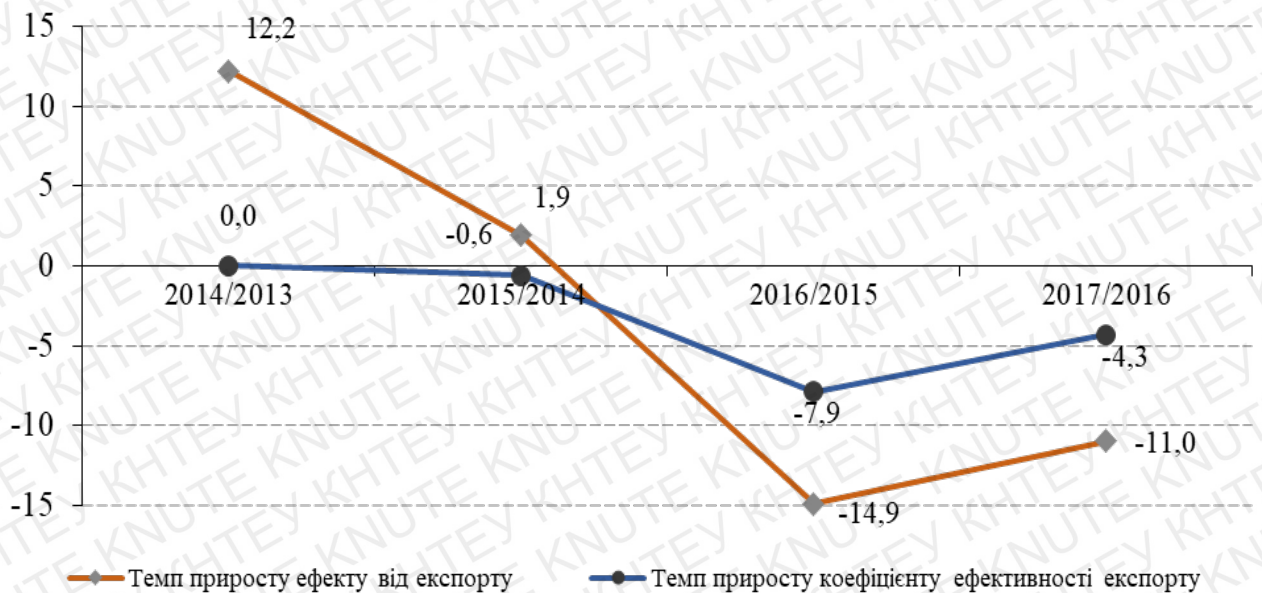


Рис. 2.6. Динаміка показників ефекту та ефективності операцій з експорту

ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2014-2017 рр., %

Джерело: розраховано автором.

На нашу думку, на зменшення ефективності діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», в першу чергу, відображається несприятливий підприємницький клімат для ведення бізнесу в державі. За нестійкої економічної та політичної ситуації діяльність суб'єктів малого підприємництва, яким є ТОВ «АРХІМАСТ-М», гальмується наявністю суттєвих проблем та перешкод у цій сфері, що призводить до уповільненості їх розвитку. На тенденції розвитку малого підприємництва в Україні безпосередньо впливає негативна динаміка основних макроекономічних показників, таких як обмеженість внутрішнього попиту, наявність кризи збуту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, зниження реальних доходів населення, незначна інвестиційна активність, обмеженість фінансових ресурсів. Як наслідок, відбувається зниження конкурентоспроможності суб'єктів міжнародної комерційної діяльності, недостатньої інвестиційної активності, низького рівня розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, зменшення використання інновацій, що стримує економічне зростання та підвищення ефективності експорту вітчизняних підприємств.

Висновки до Розділу 2

Розвинутий малий бізнес є ознакою прогресивної економіки. Тому більшість політичних та економічних програм в передових країнах світу відштовхуються від принципу “Think first small” (“Спочатку думай про малих”). Проте сьогодні, незважаючи на те, що малий бізнес є ключовим фактором зростання економіки, його внесок у валовий внутрішній продукт складає лише 18,9%. В Україні ж частка загального експорту в структурі ВВП складає 16%. Водночас, наприклад, більше 98% німецьких малих та середніх підприємств експортують свою продукцію закордон. Розвиток малого бізнесу залежить в основному від двох основних умов: внутрішньої економічної ситуації в країні в цілому та її регіонах і здатності конкретного підприємця використати дані йому права для реалізації своїх господарських цілей. Можна стверджувати, що на сьогодні головна проблема розвитку малого бізнесу – у площині якості державного управління. «Тіньова економіка є породженням корумпованої системи державного управління». Проблеми державного управління – системна корупція і, як наслідок, вибіркове виконання законодавства. В Україні на сьогодні державна політика щодо малого бізнесу в своїй основі є «реактивною», тобто є реакцією органів державної влади або на зовнішні подразники, або на наполегливі вимоги малого бізнесу. «Реактивність» державної політики щодо малого бізнесу визначає низьку ефективність політики та низьку результативність державного регулювання. Відсутність дієвої стратегії державної політики щодо малого бізнесу призводить до стохастичної появи нових регулювань, і до відсутності прогресу у реальному покращанні бізнес-клімату в Україні.

ТОВ «АРХІМАСТ-М» було засновано в березні 2006 року. Основний вид діяльності підприємства - виробництво деревинно-плитних матеріалів. Аналіз засвідчив, що стан фінансово-господарської діяльності підприємства є задовільним.

ТОВ «АРХІМАСТ-М» експортує продукцію власного виробництва, яка відповідає міжнародним вимогам. Більше 40% виробленої підприємством

продукції реалізується на експорт. Товарну структуру експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» становить шпонована продукція: МДФ, столярні плити, ДСП, ХДФ та фанера. Географічна структура міжнародних комерційних операцій представлена чотирма країнами: Румунією, Польщею, Угорщиною та Словаччиною. Найбільшу частку у географічній структурі експорту підприємства становлять Польща та Угорщина. Оцінку ефективності експорту підприємства здійснено за усіма товарними групами та країнами-контрагентами. Результати розрахунків свідчать, що значення показника ефективності експорту зменшилося за всіма видами продукції, крім столярних плит. Серед країн, до яких ТОВ «АРХІМАСТ-М» здійснювало поставки продукції, найбільш ефективним був експорт до Польщі. Проте, починаючи з 2015 р. простежується тенденція до зменшення ефективності експортних операцій.

На нашу думку, на зменшення ефективності діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», в першу чергу, відображається несприятливий підприємницький клімат для ведення бізнесу в державі. За нестійкої економічної та політичної ситуації діяльність суб'єктів малого підприємництва, яким є ТОВ «АРХІМАСТ-М», гальмується наявністю суттєвих проблем та перешкод у цій сфері, що призводить до уповільненості їх розвитку. На тенденції розвитку малого підприємництва в Україні безпосередньо впливає негативна динаміка основних макроекономічних показників, таких як обмеженість внутрішнього попиту, наявність кризи збуту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, зниження реальних доходів населення, незначна інвестиційна активність, обмеженість фінансових ресурсів. Як наслідок, відбувається зниження конкурентоспроможності суб'єктів міжнародної комерційної діяльності, недостатньої інвестиційної активності, низького рівня розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, зменшення використання інновацій, що стримує економічне зростання та підвищення ефективності експорту вітчизняних підприємств.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ «АРХІМАСТ-М»

3.1. Зарубіжний досвід підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій

Зарубіжний досвід говорить про необхідність створення спеціальних систем підтримки малого бізнесу, які у свою чергу складаються із спеціалізованих органів у виконавчій владі.

Наприклад, у Франції державна політика приділяє значну увагу створенню і зростанню малих підприємств. Так, за останні 5 років було організовано більше 200 бізнес-інкубаторів, які надають на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого бізнесу, які розпочинають свою діяльність з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності. інкубаторів [67] .

У Німеччини здійснюється фінансово-технологічна підтримка малого бізнесу. Існують спеціально розроблені програми для розвитку малого підприємництва, зайнятого в сфері науки. Уряд надає пільги для отримання кредиту на розвиток для наступних об'єктів: малих підприємств, що розробляють проекти в галузі поліпшення умов виробництва; підприємців малого бізнесу, зайнятих у сфері наукових розробок; малих підприємств, які беруть участь у поліпшенні розвитку слаборозвинених з економічної точки зору районів країни; підприємців, які зайняті в галузі будівництва та вирішення житлових умов; малих підприємств, що розробляють проекти для збереження і поліпшення умов навколишнього середовища і піклуються про екологічну ситуацію в країні. Основними програмами, спрямованими на розвиток малого підприємництва є: «Концепція розвитку науково-технічної політики по відношенню до підприємств малого і середнього підприємництва» та «Стимулювання заощаджень для відкриття власного бізнесу».

В Італії розвитку малого бізнесу в останні 5 років сприяє потужне правове забезпечення, яке постійно переглядається та удосконалюється. У 2017 році частка малих підприємств у ВВП країни становило 70%. Чисельність працівників, що працюють на малих підприємствах дорівнює близько 60 % від загальної кількості працюючих [68, с. 234]. Це вказує на те, що економіка Італії базується саме на малому бізнесі, а отже, не дивно, що державна політика відносно підприємництва постійно реформується та удосконалюється.

У Великобританії, державна підтримка малого бізнесу здійснюється шляхом розроблення і реалізації різних організаційних заходів і стратегічних програм, головною метою яких є усунення адміністративних перешкод для малого бізнесу. Сектор малого бізнесу вважається урядом найбільш динамічним засобом підвищення соціально-економічного добробуту країни і забезпечення її конкурентоспроможності на світових ринках.

У Японії уряд постійно розробляє та ухвалює нові закони і організаційні рішення, що забезпечують розвиток і підтримку малого бізнесу. Так, починаючи з другої половини XX ст. урядом країни було ухвалено понад 40 таких законів і організаційних рішень, направлених на створення цілісної системи правового і системного забезпечення, принципів регулювання, механізмів виконання і контролю малого бізнесу.

У США розвинений сектор малого підприємництва вважається основою економічного розвитку і національної безпеки держави. Тому державна політика щодо малого бізнесу здійснюється у напрямку усесторонньої підтримки цього сектору, наголошуючи на свободі підприємництва, справедливій конкуренції, розвитку приватної ініціативи для прояву всіх потенційних можливостей особи, яка вирішила відкрити малий бізнес, як основи економічного розвитку і національної безпеки країни [68, с. 232].

Багато держав сприяє підтримці малого підприємництва, створюючи велику кількість різних організацій і фондів. Прикладом можуть бути:

товариства взаємного гарантування, які надають гарантії для кредиторів з метою отримання кредитів для розвитку малого бізнесу, надаючи свою власність для застави або виступаючи гарантом; товариства взаємного фінансування, які фінансують, інвестують і надають субсидії для суб'єктів малого підприємництва; та велика кількість організацій, які саме захищають інтереси малого підприємництва [67].

Що стосується внутрішніх факторів, які впливають на ефективність міжнародних комерційних операцій, керівники європейських компаній, що працюють на ринку деревинно-плитних матеріалів, визначають найбільш вагомими такі: здійснення маркетингових досліджень ринку, участь у міжнародних виставках та ярмарках, управління ризиками у міжнародній комерційній діяльності [69].

Наприклад керівник компанії Kaindl (Австрія) вважає, що маркетингові дослідження зарубіжних ринків створюють науково та практично обґрунтовану базу для прийняття кваліфікованих рішень управлінським апаратом компанії щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій. Будь-який спосіб аналізу міжнародних ринків здебільшого залежить від того, яка причина рішення про спробу вийти на міжнародний ринок. Всі основні причини, з яких компанії зважуються на це, у принципі, не розрізняються між собою стосовно організації методів аналізу ринку. Набагато більше важливим у цьому зв'язку представляється таке: підприємству необхідно розробити свій нестандартний метод, що буде враховувати саме його потреби та, що ще більш важливо, буде враховувати бюджет і реальні можливості саме цієї компанії. Здійснення такого аналізу буде строго суб'єктивним. Основним фактом є те, що «не можна аналізувати дещо, слід аналізувати щось конкретне» [70].

Головне завдання аналізу полягає в тому, щоб, по-перше, зібрати інформацію, а по-друге, зрозуміти, як саме ця інформація співвідноситься з реальними цілями й можливостями конкретного підприємства. Найважливіший критерій вибору ринків, які варто аналізувати, дуже

простий: чи буде ціна за даний товар прийнятна для покупців, чи є реальні перспективи для розвитку підприємства на нових ринках, або може існувати бар'єр.

У доповіді британської неурядової організації Earthsight зазначається, що збирання інформації - один з найважливіших аспектів аналізу ринків. Необхідно зібрати якнайбільше різноманітної інформації щодо тих ринків, на яких підприємство планує здійснювати реалізацію продукції. Незважаючи на те, що існує багато джерел інформації, доступ до яких дуже дешевий, навіть простий збір даних займе багато часу й сил. Це теж треба мати на увазі. Для одержання інформації про внутрішні й зовнішні умови роботи підприємства застосовуються спеціальні методи аналізу. Їхні результати відбивають поточну ситуацію, у якій перебуває підприємство. Для підготовки рішень, орієнтованих на майбутнє, одного аналізу сучасних умов недостатньо - необхідне використання методу прогнозів [71].

Крім власних сил європейські компанії все більше звертаються за допомогою до організацій, що допомагають зібрати інформацію про внутрішній та зовнішній ринки, попит, пропозицію та кон'юнктуру необхідної товарної групи в інших країнах, здійснювати огляд ринку з урахуванням специфікацій товару, яким надають перевагу споживачі [69].

У сучасній концепції маркетингу особливе значення надається виставкам. Багато американських фірм більше 20% всіх коштів, виділених на маркетинг, використовують як витрат на підготовку та участь у виставках. Ще більш значна питома вага останніх витрат для європейських фірм. Він досягає 25% [67].

Таке становище зумовлено тим, що багато фірм бачать у виставках важливий інструмент маркетингу, що дозволяє їм успішно вирішувати існуючі проблеми, зумовлені, насамперед, необхідністю забезпечення ефективної товарної та цінової політики, політики розподілу та просування.

Дослідження виставкової діяльності дає підстави стверджувати, що виставки є інтегрованими комунікаціями, оскільки включають в себе

особовий та безособовий аспекти. Безособовий аспект реалізується за допомогою таких засобів як реклама, PR, стенд (його стиль – технократичний, гостинний, фундаментальний, ігровий; освітлення; кольорова гама; оформлення). Особові комунікації реалізуються через особову техніку комунікацій, яка включає й техніку мови, тобто вміння вести розмову, й особисті якості персоналу стенду.

Вихід на новий географічний ринок дозволяє реалізувати збутові можливості підприємства. Але вихід підприємства на невивчений ринок завжди пов'язаний з виникненням низки проблем - відсутність інформації про кон'юнктуру цього ринку: про дію конкурентів, про потенційних споживачів, про їхні потреби, невідомий рівень сформованих цін на продукцію і т.д. Для вирішення цих проблем необхідно провести маркетингове дослідження даного ринку, але цей метод вимагає великих фінансових витрат. Проте необхідну інформацію можна отримати також на галузевій виставці, що проводиться в регіоні, який цікавить підприємство. При цьому участь у виставці буде більш вигідним і принесе більше результатів, тому що крім отриманої інформації про кон'юнктуру ринку, потенційні споживачі зможуть ознайомитися з асортиментом продукції, тобто підприємство шляхом участі у виставці отримує можливість не тільки дізнатися про потенційних конкурентів і споживачів, а також надати їм інформацію про себе [67].

На сьогоднішній день у всьому світі проблемі оцінки ризиків у бізнесі приділяється величезна увага. Практика показує, що все більше число компаній намагається підходити до проблеми ризиків системно і ґрунтовно [72].

Можливі способи оцінки ризиків та методи управління ними мають найширший спектр: від грубих і тривіальних до загальноприйнятих у світовій практиці, з використанням сучасних підходів і технологій. Для оцінки ризиків міжнародної комерційної діяльності в тій чи іншій мірі можуть бути використані методи аналізу чутливості операції, аналізу її беззбитковості, експертних оцінок, теорії ігор, аналізу сценаріїв, побудови дерева рішень,

модельовання за методом Монте-Карло, аналітичного модельовання, використання коефіцієнта дисконтування, функції корисності або операцій-аналогів та ін. [72].

Аналіз і практичний досвід багатьох авторів, що займаються проблемами ризиків у міжнародній комерційній діяльності, показує, що більшість з цих методів побудовано на базі спеціального математичного апарату теорії ймовірностей і традиційно припускає використання статистичної інформації про ці або такі ж зовнішньоекономічні операції. Рівень (ступінь) ризику, таким чином, визначається значенням середньоквадратичного відхилення випадкової величини, наприклад, доходу, від його середнього очікуваного значення або ж іншими показниками імовірнісного характеру. Зокрема, такими показниками, як безрозмірні аналоги середньоквадратичного відхилення (коефіцієнт варіації тощо), статистичні чи суб'єктивні ймовірності втрат, ймовірні розміри збитків та інші.

У даний час через високу конфіденційність практично будь-яка міжнародна комерційна операція є унікальною, не вистачає статистичного матеріалу, точні дані про діяльність підприємств відсутні або недостовірні, наявність повної вихідної інформації недоступне або надзвичайно дорого. Підприємствам-суб'єктам комерційної діяльності доводиться працювати в умовах високої інформаційної недостатності і невизначеності. Крім того, поряд з наявністю ризиків, порівняно легко піддаються кількісному аналізу (хоча б теоретично), існує безліч ризиків, які практично неможливо коректно представити і оцінити засобами традиційного математичного апарату. Зокрема, такі ризики як політичні, природні, екологічні, кримінальні або ризики форс-мажорних обставин.

Тому для аналізу та управління ризиками міжнародної комерційної діяльності підприємства все більшої популярності набуває fuzzy-технологія [73]. Її теоретична база - теорія управління і нечітка математика, і в першу чергу, такі перспективні розділи останньої як нечіткі міри і нечіткі інтеграли.

Розроблена технологія, порівняно з іншими відомими, має ряд переваг. Вони обумовлені більш ширшими можливостями теоретичного апарату, покладеного в основу цієї технології. Даний математичний апарат дозволяє усунути перераховані вище принципові недоліки і проблеми традиційних методів аналізу ризиків. Так, теорію ймовірностей він включає в себе лише як окремий випадок. Замість ймовірностей, середньоквадратичних відхилень і т.п., розроблений математичний апарат оперує більш загальними поняттями (функція приналежності, нечітка міра і ін.).

Основними перевагами використання fuzzy-технології для аналізу та управління ризиками міжнародної комерційної діяльності підприємства є [73]:

- можливість урахування реальних об'єктивних і суб'єктивних невизначеностей ризикових ситуацій;
- здатність ефективно обробляти нечіткі й неповні вихідні і поточні дані при відсутності статистики, навіть коли зовнішні та внутрішні фактори ризику описані тільки якісно, на рівні словесного опису.

Розроблена fuzzy-технологія призначена для ризик-менеджменту у зовнішньоекономічній діяльності в умовах нестачі достовірної та чіткої інформації і включає три етапи.

Перший етап - структуризація зовнішньоекономічних операцій, подання інформації про них у вигляді, прийнятному для подальшого аналізу і виконання розрахунків.

Другий етап - вирішення двоєдиного завдання якісної і кількісної оцінки ризиків. При цьому зовсім не обов'язково домагатися опису операції на рівні точних чисел. Цілком достатньо інформації у вигляді словесних описів типу: "ціна покупки товару буде від двохсот до трьохсот гривень за одиницю", "транспортні витрати, можливо і перевищать заплановану суму, хоча й ненабагато" і т.п.

Отже, спочатку здійснюється якісний аналіз ризиків, їх ранжування, виявлення з усього безлічі можливих факторів ризику найбільш істотних, що дійсно становлять небезпеку для операції, впливають на безпеку угоди, та ігнорування несуттєвих. Ризик у цьому випадку оцінюється як деяка ступінь виникнення несприятливого результату операції (ймовірність, можливість, необхідність і т.п.).

Потім здійснюється кількісна оцінка величини ризику. Шляхом оброблення звичайної і нечіткої інформації знаходиться ряд числових параметрів, що характеризують небезпеку недосагнення фінансових і матеріальних результатів планованої або вже проведеної операції. При цьому ризик оцінюється безпосередньо в одиницях виміру кінцевого результату операції, зокрема, у грошовому виразі.

Третій етап передбачає забезпечення вирішення завдання управління ризиками. Для цього визначаються ризикові області входних параметрів, які найбільшою мірою впливають на досягнення кінцевої мети операції. Це дозволяє визначити найбільш доцільні умови виконання бізнес завдання компанії, грамотно застосовувати заходи щодо захисту від впливу факторів ризику і не потрапляти в області ризику.

У цілому Fuzzy-технологія ризик-менеджменту виконує такі функції (рис. 3.1).

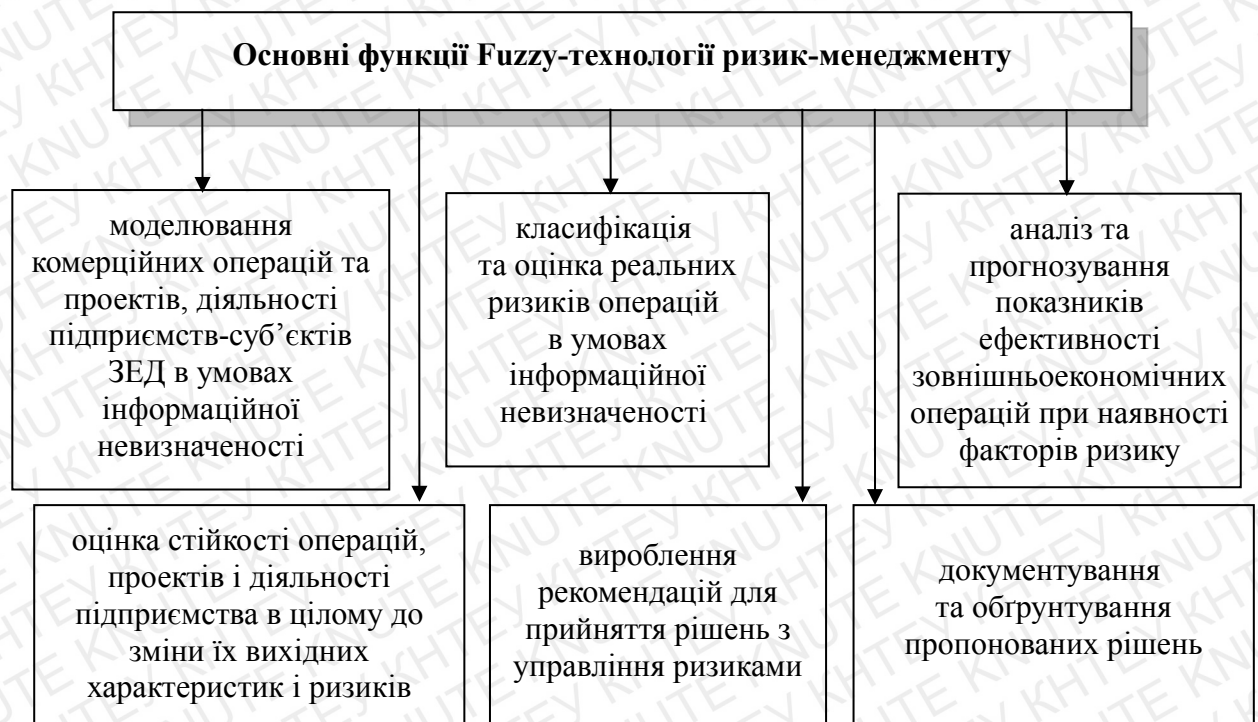


Рис.3.1. Функції Fuzzy-технології ризик-менеджменту [73]

У таких умовах доцільним виявляється залучення спеціальних методів і відповідних інструментальних засобів, позбавлених недоліків і обмежень класичних імовірнісних підходів. Зокрема, підходи, засновані на використанні нечітких множин [73].

3.2. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М»

Здійснення міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М», як було виявлено в ході аналізу, є достатньо ефективним, проте останнім часом показник ефективності має тенденцію до зменшення. За результатами дослідження зарубіжного досвіду підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємства, на нашу думку, підвищенню ефективності міжнародних комерційних операцій досліджуваного підприємства сприятиме реалізація комплексу заходів, наведених на рис. 3.2.

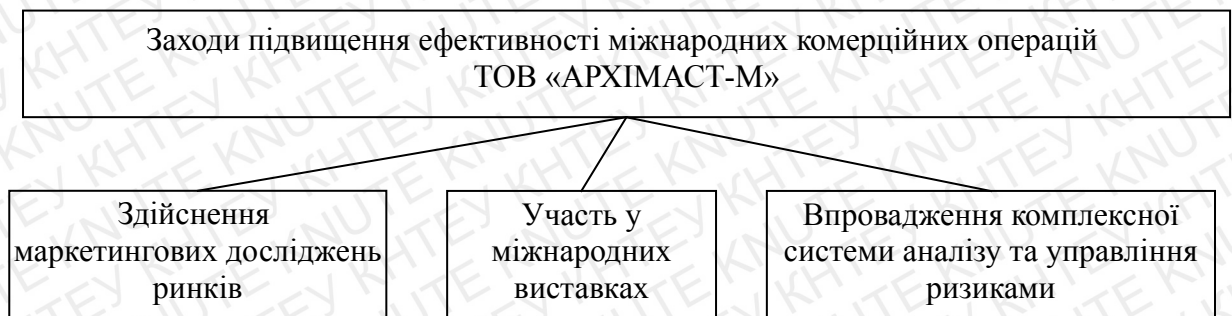


Рис. 3.2. Заходи щодо підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М»

Джерело: розроблено автором.

Обґрунтуємо впровадження запропонованих заходів.

1. Здійснення маркетингових досліджень ринків. Одним з передових інформаційно-аналітичних і експертних центрів України у сфері зовнішньої торгівлі є компанія «Pro-Consulting», яка є повноважним і постійним членом Української Асоціації Маркетингу. «Pro-Consulting» надає такі види послуг з дослідження внутрішніх і зовнішніх товарних ринків [74]:

Організація та проведення індустриальних досліджень щодо виявлення стану та перспектив розвитку українського та зарубіжних галузевих ринків;

Організація та проведення кабінетних досліджень (Desk research) за видами:

- спостерігання за об'єктом – постійне спостерігання за ринковим об'єктом, який змінюється (товар, бренд, конкурент, галузь, ринок);
- експрес-експертиза – коротке дослідження ринку для отримання оціночної інформації (стан ринку, оцінка привабливості галузі тощо). Таке дослідження необхідно для складання бізнес-плану, виявлення первинної оцінки інвестиційної привабливості ринку;
- поглиблене дослідження – багатофакторне дослідження об'єкта з використанням аналітичних методів, з аналізом прямих та непрямих даних про об'єкт (дослідження та аналіз факторів, які впливають на об'єкт дослідження та можуть знаходитися як в межах його ринкового сегменту, так і за межами сегмента, галузі, країни). Таке дослідження проводиться за допомогою обробки набагато більшого обсягу джерел та використанням додаткових методів маркетингових досліджень (експертні інтерв'ю, моделювання ситуації тощо).

На нашу думку, серед послуг «Pro-Consulting» для ТОВ «APXIMACT-M» доцільно застосувати такі, як ексклюзивний аналіз ринку – дослідження, що здійснюється за параметрами, наданими замовником, згідно з міжнародними стандартами проведення ринкових досліджень (ESOMAR).

Оскільки підвищення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємства має здійснюватися не як разова акція, а як безперервний процес

на стратегічному і тактичному рівнях, пропонуємо здійснювати такі дослідження щокварталу.

Вартість дослідження узгоджується після формування змісту дослідження. У середньому для такого підприємства, як ТОВ «АРХІМАСТ-М» дослідження буде коштувати біля 8000 грн [74]. Отже, витрати ТОВ «АРХІМАСТ-М» на заказ послуг з індивідуального маркетингового дослідження складатимуть 32000 грн/рік.

До того ж, «Pro-Consulting» постійно здійснює випуск бюлетеня «Аналіз ЗЕД», який містить комерційні пропозиції зарубіжних компаній щодо експорту, імпорту товарів; цін, які склалися на світових та українському товарних ринках, цінових тенденцій, а також коментарі експертів, огляди товарних ринків тощо. Періодичність видання 1 раз на місяць, вартість номера – 310 грн. Таким чином, витрати ТОВ «АРХІМАСТ-М» на передплату зазначеного видання складатимуть 3720 грн/рік. Передплата зазначеного видання дозволить ТОВ «АРХІМАСТ-М» знайти перспективних партнерів за кордоном [74].

Так, скориставшись послугами фахівців «Pro-Consulting», ТОВ «АРХІМАСТ-М» зможе не лише ознайомитися з оглядом ринку шпонованої продукції, а й буде поінформовано про закордонні компанії та їхній товарний асортимент. Загалом витрати на запропоновані нами маркетингові дослідження складатимуть 35720 грн/рік.

2. Участь у міжнародних виставках. Для розробки плану участі у виставці, в першу чергу, необхідно обрати виставку, в якій братиме участь підприємство. В якості цільового регіону було обрано Європу. Головним критерієм при виборі виставки є її популярність і масштабність, тобто кількість і склад учасників, так як, в першу чергу, ТОВ «АРХІМАСТ-М» необхідно отримати інформацію про кон'юнктуру ринку, а чим масштабніше виставка, тим більше компаній буде на ній представлено, і тим повніше буде картина ринку в даному регіоні.

Таким чином, серед існуючих виставок нами було обрано Міжнародну виставку деревинно-плитних матеріалів «Wooden Buildings» (Чехія, м. Прага).

Аналіз підсумків проведення виставки «Wooden Buildings» за 2014-2017 рр. дозволяє зробити висновок про те, що вона є зростаючою міжнародною виставкою і розвивається, участь у якій надає можливість для виходу підприємства на новий географічний ринок, для налагодження контакту з цільовими споживачами [75].

Підготовка до виставки ТОВ «АРХІМАСТ-М» до участі у зазначеній виставці має складатися з декілька етапів (рис. 3.3).

Перший крок, з якого починається планування участі в будь-якій виставці є визначення цілей компанії. Першочерговим метою участі ТОВ «АРХІМАСТ-М» у виставці «Wooden Buildings» є вивчення європейського ринку деревинно-плитних матеріалів та пошук партнерів в цьому регіоні - в рамках виставки має бути зібрана інформація про потенційних партнерів ТОВ «АРХІМАСТ-М», комунікаційна складова - переговори з партнерами в рамках виставки. Інформаційна мета - отримати відомості про компанії, що беруть участь у виставці, виявити основних конкурентів у цій галузі, свої конкурентні переваги та слабкі місця порівняно з ними, основні переваги та слабкі місця у потенційних конкурентів.



Рис. 3.3. Етапи підготовки ТОВ «АРХІМАСТ-М» до участі у міжнародній виставці

Джерело: розроблено автором.

Виходячи з мети, визначимо завдання участі ТОВ «АРХІМАСТ-М» у виставці:

- ✓ представити свою компанію на виставці;
- ✓ провести переговори з потенційними споживачами;
- ✓ встановити перспективні контакти з відвідувачами виставки;
- ✓ укласти нові договори на поставку продукції за підсумками виставки;
- ✓ збір друкованих та електронних каталогів потенційних конкурентів;
- ✓ аналіз роботи конкурентів під час виставки;
- ✓ аналіз рівня цін конкурентів.

При плануванні участі у виставці необхідно визначитися з вибором виставкового стенду. При цьому необхідно врахувати кількість фахівців, які

будуть на ньому працювати. В якості стендистів на виставці будуть працювати три фахівці: менеджер зі збуту, менеджер з зовнішньоторговельних зв'язків, а також технічний консультант. Кількість стендистів обумовлено необхідністю роботи на стенді фахівців зі збуту та зовнішньоторговельних зв'язків, в обов'язки яких входить організація переговорів з покупцями, укладання угод, що буде здійснюватися ними під час роботи на виставці, в обов'язки технічного консультанта входить консультація відвідувачів з технічних питань, для цієї мети потрібен високий рівень кваліфікації, яким володіє даний фахівець.

Згідно зі стандартами на кожного з стендистів має спадати по 5м^2 робочого простору, таким чином загальна площа стенду 15м^2 . При цьому стенд буде орендуватися в організаторів і матиме стандартну планування (закритий з трьох сторін, одна сторона лицьова-відкрита), вартість одного квадратного метра стандартного стенду до 15м^2 (включно) – 110 євро / м^2 (орієнтовно 3542 грн). Таким чином, вартість оренди на три дні даного стенду складатиме 330 євро (10626 грн). Вартість оренди виставкової площі визначається з розрахунку вартості квадратного метра і, незалежно від кількості днів виставки, застосовується до всієї тривалості виставки. Ціна оренди обладнаної виставкової площі включає в себе: стенд із стандартних конструкцій; монтажні і демонтажні роботи; стандартний набір меблів (залежно від розміру стенда); загальну охорону павільйону; електрика, включаючи установку і використання; прибирання проходів виставки; дозвіл на безоплатне ввезення та вивезення експонатів.

На виставці будуть представлені друковані матеріали, що містять необхідну інформацію для відвідувачів стенду. В якості необхідного мінімуму пропонується видати наступні роздаткові матеріали (табл. 3.1).

Витрати ТОВ «АРХІМАСТ-М» на виготовлення друкованої продукції

Роздатковий матеріал	Кількість, шт.	Вартість, грн
Презентаційна папка-проспект	120	2870
Презентація підприємства (кольоровий варіант)	290	3930
Асортимент продукції (кольоровий варіант)	120	4100
Листівки (прайс-листи, технічні описи і т.д.)	290	2780
Разом	820	13680

Джерело: розраховано автором за [76].

Численні міжнародні дослідження свідчать, що на переговори з одним відвідувачем, в середньому, витрачається 15 хвилин, отже, за один день менеджер максимально охоплює 30 відвідувачів. За виставку менеджер зможе здійснити 90 контактів. Виходячи з цього, 3 стендиста за час виставки максимально зможуть охопити 270 контактів. Враховуючи це, презентація ТОВ «АРХІМАСТ-М» (кольоровий варіант), а також листівки (прайс-листи, технічні описи і т.д.) планується замовити в кількості 290 штук (20 штук планується в якості додаткового запасу), тому що роздача цих матеріалів буде проводитись всім відвідувачам стенду.

У якості додаткових витрат необхідно сплатити реєстраційний внесок, що становить 200 євро (орієнтовно 6440 грн.) і включає: інформаційний супровід; надання запрошень на виставку; внесення інформації про компанію в офіційний каталог виставки, а також в павільйонний список виставки (номер стенду і назва компанії); надання необхідної кількості нагрудних знаків для експонентів (залежно від розміру стенда); трансфер від готелю до місця проведення виставки.

Транспортні витрати, витрати на проживання стендистів в готелі, а також витрати на відрядження складатимуть 30065 грн. Вартість квитка на літак складає 4190 грн, таким чином, вартість транспортних витрат складе 12570 грн. Ціна проживання в готелі у трьохмісному номері «стандарт» трьох осіб - 10295 грн за 3 дні. Вибір готелю обумовлений його зручним

місцем розташування щодо місця проведення виставки. Розмір витрат на відрядження на одного співробітника на добу 30 євро, таким чином сума за три дні на трьох фахівців складатиме 270 євро (8694 грн). Підсумуємо витрати на участь ТОВ «АРХІМАСТ-М» у виставці «Wooden Buildings» (табл. 3.2)

Таблиця 3.2

Орієнтовні витрати ТОВ «АРХІМАСТ-М» на участь у міжнародній виставці «Wooden Buildings»

Витрати	Вартість	
	євро	грн
Організаційні витрати		
Оренда стенду	330	10626
Реєстраційний внесок	200	6440
Виготовлення друкованої продукції	–	13680
Усього	530	30746
Витрати на відрядження співробітників		
Вартість проїзду	–	12570
Добові співробітникам	270	8694
Витрати на проживання в готелі	319,57	10295
Усього	590	31559
Разом	1120	62305

Джерело: розраховано автором.

Ми пропонуємо ТОВ «АРХІМАСТ-М» брати участь у аналогічних заходах як мінімум раз на рік. Це допоможе підприємству виявити свої сильні та слабкі сторони, адаптуватись до поведінки споживачів і конкурентів. На виставках перевіряється ефективність систем продажу товарів, асортимент товарів піддається ретельнішому аналізу. Все це сприятиме своєчасному реагуванню ТОВ «АРХІМАСТ-М» на вимоги ринку, без чого підприємство не може нормально функціонувати.

3. Одним з програмних продуктів, розроблених на основі Fuzzy-технології ризик-менеджменту, призначених для управління ризиками на підприємстві-суб'єкті міжнародної комерційної діяльності є Expert Professional Planer (ExPro Planer), розроблена спеціалістами консалтингової компанії ІНЕКС [77].

Розрахуємо витрати на впровадження програмного продукту ExPro Planer у діяльність досліджуваного підприємства (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Витрати на впровадження програмного продукту ExPro Planer
у діяльність ТОВ «АРХІМАСТ-М»**

Витрати	Вартість, грн
<i>Всього 2019 р., у тому числі</i>	<i>59200</i>
Придбання програмного забезпечення	31000
Підключення до локальної мережі та налаштування програми	9200
Пакети оновлення програмного забезпечення (на рік)	9000
Навчання персоналу	10000
<i>Всього 2020 р., у тому числі</i>	<i>9000</i>
Пакети оновлення програмного забезпечення	9000
<i>Всього 2021 р., у тому числі</i>	<i>9000</i>
Пакети оновлення програмного забезпечення	9000
<i>Всього 2019-2021 рр.</i>	<i>77200</i>

Джерело: розраховано автором за [77].

Програмно-технічне забезпечення механізму управління ризиками міжнародної комерційної діяльності ExPro Planer допоможе менеджерам ТОВ «АРХІМАСТ-М» при розрахунку основних економічних показників міжнародних комерційних операцій та для оцінки їх ризиків. Воно може використовуватися як самостійне програмне забезпечення в діяльності фахівців у сфері ЗЕД, так і як надбудова до відомих бухгалтерських програм, як, наприклад “1С: Бухгалтерія”. За допомогою програми ТОВ «АРХІМАСТ-М» зможе розрахувати зону ризику ЗЕД, в якій воно знаходиться, і в подальшому застосовувати необхідні ефективні управлінські рішення, обрати методи управління, а також скористатися запропонованим організаційно-економічним механізмом управління ризиками міжнародної комерційної діяльності.

3.3. Прогнозна оцінка діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М» за умови впровадження запропонованих заходів

Для економічного обґрунтування доцільності впровадження запропонованих нами заходів у практичну діяльність ТОВ «АРХІМАСТ-М», необхідно розрахувати економічний ефект, а також спрогнозувати можливий вплив проведення усього комплексу заходів на ефективність міжнародних комерційних операцій.

Для прогнозування показників ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» використовуватимемо метод екстраполяції. Екстраполяція – це метод наукового дослідження, який ґрунтується на поширенні минулих і справжніх тенденцій, закономірностей, зв'язків на майбутній розвиток об'єкта прогнозування. Методи екстраполяції найбільш поширені в групі формалізованих. Мета методів екстраполяції - показати, до якого стану в майбутньому може прийти об'єкт, якщо його розвиток буде здійснюватися з тією ж швидкістю або прискоренням, що і в минулому.

Методи екстраполяції досить широко застосовуються на практиці, так як вони прості, дешеві, і не вимагають для розрахунків великої статистичної бази. Використання методів екстраполяції передбачає два припущення:

- а) основні фактори, тенденції минулого збережуть свій прояв у майбутньому;
- б) досліджуване явище розвивається за плавної траєкторії, яку можна виразити, описати математично. Названі допущення в більшості випадків характерні для економічних процесів.

Здійснимо прогнозування показників ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» за окремими товарами, що експортує підприємство, на найближчі три роки.

Як видно з табл. 3.4, коефіцієнт ефективності експорту МДФ буде мати тенденцію до зростання. У 2019 р. цей показник залишиться на рівні 2018 р.

(1,04), у 2020 р. має зрости до 1,05. У 2021 р. значення показника буде залишатися збільшиться до 1,08.

Таблиця 3.4

**Динаміка прогнозних показників ефективності експорту МДФ ТОВ
«АРХІМАСТ-М» у 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів,**
тис. грн

Показник	2017 (фактич- ний)	2018 (очіку- ваний)	Прогноз			Абсолютне відхилення 2021/2017
			2019	2020	2021	
Чистий дохід від експорту	1885,8	1891,2	1901,2	1998,6	2112,3	226,5
Собівартість виготовлення експортної продукції	1556,6	1513,0	1521,0	1598,9	1621,2	64,6
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	289,0	304,1	306,5	308,4	339,2	50,2
- навантаження на транспортний засіб	130,0	133,8	134,9	135,7	149,3	19,3
- доставка до основного перевізника	159,0	170,3	171,6	172,7	190,0	31,0
Повна собівартість експортної продукції	1845,6	1817,1	1827,5	1907,3	1960,4	114,8
Ефект експорту	40,2	74,1	73,7	91,3	151,9	111,7
Коефіцієнт ефективності експорту	1,02	1,04	1,04	1,05	1,08	0,06

Джерело: розраховано автором.

Коефіцієнт ефективності експорту столярних плит збільшиться з 1,84 у 2017 р. до 1,93 у 20179 р. (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**Динаміка прогнозних показників ефективності експорту столярних плит
ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих
заходів, тис. грн**

Показник	2017 (фактич- ний)	2018 (очіку- ваний)	Прогноз			Абсолютне відхилення 2021/2017
			2019	2020	2021	
Чистий дохід від експорту	3785,6	3916,1	4205,3	4412,3	4698,1	912,5
Собівартість виготовлення експортної продукції	1756,3	1813,2	1947,1	2042,9	2116,2	359,9
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	305,0	306,4	308,7	306,4	318,0	13,0
- навантаження на	137,2	138,8	140,1	142,4	146,6	9,4

транспортний засіб						
- доставка до основного перевізника	167,8	167,6	168,6	164,0	171,4	3,6
Повна собівартість експортної продукції	2061,3	2119,6	2255,8	2349,3	2434,2	372,9
Ефект експорту	1724,3	1796,5	1949,5	2063,0	2263,9	539,6
Коефіцієнт ефективності експорту	1,84	1,85	1,86	1,88	1,93	0,09

Джерело: розраховано автором.

У 2018 р. він становитиме 1,85, у 2019 р. – 1,86. Загалом за прогностичний період значення показника ефективності має збільшитися на 0,09 пунктів. При цьому сума ефекту від експорту зросте столярних плит збільшиться упродовж 2017-2021 рр. на 539,6 тис. грн.

Як видно з табл. 3.6, коефіцієнт експорту ДСП у 2018 р. залишиться на рівні 2017 р. (1,01).

Проте, у 2019 р. його значення зросте до 1,02 і залишатиметься на цьому рівні і у 2020 р. Різке збільшення значення показника ефективності очікується у 2021 р. (1,07). Ефект від експорту цього виду продукції має збільшитися у прогнотзованому періоді на 65,4 тис. грн.

Таблиця 3.6

Динаміка прогностичних показників ефективності експорту ДСП ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів

тис. грн

Показник	2017 (фактичний)	2018 (очікуваний)	Прогноз			Абсолютне відхилення 2021/2017
			2019	2020	2021	
Чистий дохід від експорту	913,9	921,5	963,9	973,2	1062,6	148,7
Собівартість виготовлення експортної продукції	750,5	756,7	781,6	789,2	821,3	70,8
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	157,1	159,4	162,2	165,3	169,6	12,5
- навантаження на транспортний засіб	70,7	73,1	76,3	78,1	80,1	9,4
- доставка до основного перевізника	86,4	86,3	85,9	87,2	89,5	3,1

Повна собівартість експортної продукції	907,6	916,1	943,8	954,5	990,9	83,3
Ефект експорту	6,3	5,4	20,1	18,7	71,7	65,4
Коефіцієнт ефективності експорту	1,01	1,01	1,02	1,02	1,07	0,06

Джерело: розраховано автором.

У табл. 3.7 представлено розрахунки показників ефективності експорту ХДФ.

Таблиця 3.7

Динаміка прогнозних показників ефективності експорту ХДФ ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів

Показник	2017 (фактичний)	2018 (очікуваний)	Прогноз			Абсолютне відхилення 2021/2017
			2019	2020	2021	
Чистий дохід від експорту	3069,0	3178,2	3315,8	3518,7	3771,6	702,6
Собівартість виготовлення експортної продукції	899,3	931,3	971,6	1031,0	1075,2	175,9
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	302,4	306,1	309,2	315,6	322,7	20,3
- навантаження на транспортний засіб	136,1	138,4	140,5	145,5	148,4	12,3
- доставка до основного перевізника	166,3	167,7	168,7	170,1	174,3	8,0
Повна собівартість експортної продукції	1201,7	1237,4	1280,8	1346,6	1397,9	196,2
Ефект експорту	1867,3	1940,8	2035,0	2172,1	2373,7	506,4
Коефіцієнт ефективності експорту	2,55	2,57	2,59	2,61	2,70	0,15

Джерело: розраховано автором.

Ефект від експорту ХДФ має збільшитися у 2017-2019 роках на 304,8 тис. грн. Коефіцієнт ефективності експорту у 2021 році має становити 2,70 проти 2,55 у 2017 році. Як свідчать розрахунки, експорт ХДФ найбільш вигідний для досліджуваного підприємства порівняно з іншими видами продукції, що експортується.

Останнім видом продукції, що експортує ТОВ «АРХІМАСТ-М», є фанера. Прогнозні показники ефективності експорту цього товару містяться у табл. 3.8. Як можемо побачити, експорт фанери теж буде ефективним. Проте, у 2018 р. ефективність експорту не зміниться і залишиться на рівні 2017 р.

(1,11). Але, починаючи з 2019 р. значення показника має тенденцію до зростання і становитиме 1,12 у 2019 р., 1,13 – у 201 р. та 1,23 – у 2021 р.

Таблиця 3.8

Динаміка прогнозних показників ефективності експорту фанери ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів

тис. грн

Показник	2017 (фактич- ний)	2018 (очіку- ваний)	Прогноз			Абсолютне відхилення 2021/2017
			2019	2020	2021	
Чистий дохід від експорту	604,3	617,1	643,3	676,2	755,2	150,9
Собівартість виготовлення експортної продукції	381,3	389,4	405,9	426,7	433,1	51,8
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	165,0	168,2	170,5	174,1	179,5	14,5
- навантаження на транспортний засіб	74,3	78,1	79,4	81,4	83,7	9,4
- доставка до основного перевізника	90,7	90,1	91,1	92,7	95,8	5,1
Повна собівартість експортної продукції	546,3	557,6	576,4	600,8	612,6	66,3
Ефект експорту	58,0	59,5	66,9	75,4	142,6	84,6
Коефіцієнт ефективності експорту	1,11	1,11	1,12	1,13	1,23	0,12

Джерело: розраховано автором.

Динаміка прогнозних показників ефективності експортних операцій у цілому для досліджуваного підприємства за умови впровадження запропонованих заходів наведено у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Динаміка прогнозних показників ефективності експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів

тис. грн

Показник	2017 (фактич- ний)	2018 (очіку- ваний)	Прогноз			Абсолютне відхилення 2021/2017
			2019	2020	2021	
Чистий дохід від експорту	10258,6	10524,1	11029,5	11579,0	12399,8	2141,2
Собівартість виготовлення експортної продукції	5344,0	5403,6	5627,2	5888,7	6067,0	723,0
Накладні витрати при експорті згідно з умовами контракту, у тому числі:	1218,5	1244,2	1257,1	1269,8	1329,1	110,6

- навантаження на транспортний засіб	576,0	562,2	571,2	583,1	608,1	32,1
- доставка до основного перевізника	642,5	682,0	685,9	686,7	721,0	78,5
Повна собівартість експортної продукції	6562,5	6647,8	6884,3	7158,5	7396,1	833,6
Ефект експорту	3696,1	3876,3	4145,2	4420,5	5003,7	1307,6
Коефіцієнт ефективності експорту	1,56	1,58	1,60	1,62	1,68	0,12

Джерело: розраховано автором.

Як видно з наведених у табл. 3.9 розрахунків, ефективність експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» щороку має збільшуватися. Так, чистий дохід від експорту у 2021 р. порівняно з 2017 р. має збільшитися на 20,9%, що відповідно вплине на ефект від експорту, який збільшиться на 1307,6 тис. грн (на 35,4%). Ефективність експорту у 2021 р. зросте на 7,7% порівняно з 2017 р.

Використовуючи представлені дані, нами було розраховано прогнозні показники ефективності зовнішньоекономічних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» за умови реалізації наданих пропозицій. При цьому, при здійсненні прогнозу нами було враховано, що витрати підприємства на здійснення зовнішньоекономічних операцій будуть збільшуватися. Як свідчать розрахунки, реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню ефективності зовнішньоекономічних операцій ТОВ «АРХІМАСТ-М» та, відповідно, покращенню результатів діяльності підприємства.

На рис. 3.4 наведено прогнозну динаміку показників ефективності операцій з експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» у вигляді ланцюгових темпів приросту за умови впровадження запропонованих заходів у діяльність підприємства.

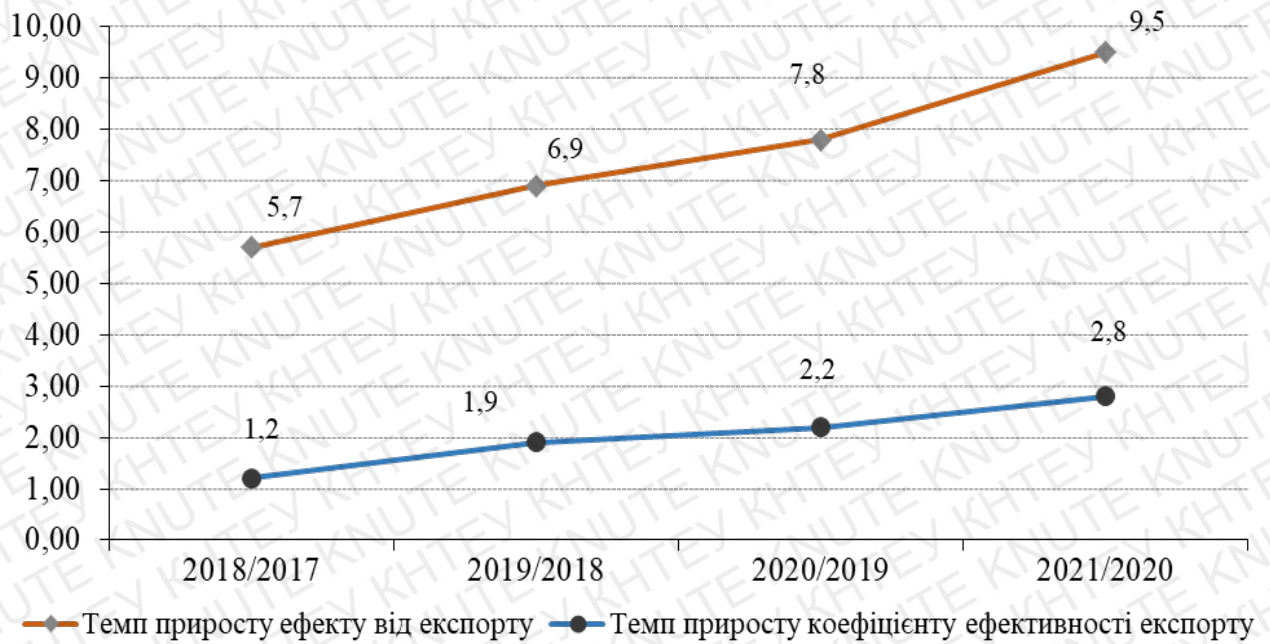


Рис. 3.4. Динаміка показників ефекту та ефективності операцій з експорту
ТОВ «АРХІМАСТ-М» у 2018-2021 рр., %

Джерело: розраховано автором.

Ефект від експорту збільшиться у 2019 р. порівняно з 2018 р. на 5,7%, у наступному році сума ефекту збільшиться ще на 6,9% порівняно з попереднім періодом, у 2020 р. збільшення становитиме 7,8% і у 2021 р. дохід зросте ще на 9,5%. Ланцюгові темпи приросту коефіцієнту ефективності експорту становитимуть у 2019 р. 1,9%, у 2020 р. – 2,2% та у 2021 р. – 2,8%.

За результатами розрахунків прогностичних показників фінансового результату діяльності досліджуваного підприємства чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшиться у прогнозованому періоді на 6316 тис. грн., інші операційні доходи – на 357 тис. грн (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

**Динаміка прогностичних показників фінансового результату діяльності
ТОВ «АРХІМАСТ-М» з урахуванням запропонованих заходів
на 2019-2021 рр., тис. грн**

Стаття	2017	2018	Прогноз	Відхилення,
--------	------	------	---------	-------------

	(фактичний)	(очікуваний)	2019	2020	2021	2021/2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	24687	25932	27979	29850	31003	6316
Інші операційні доходи	4543	4693	4715	4801	4900	357
Разом доходи	29230	30625	32694	34651	35903	6673
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	15984	16783	17622	18503	19129	3145
Інші операційні витрати	5961	6259	6447	6576	6757	796
Інші витрати	2362	2433	2506	2581	2608	246
Разом витрати	24307	25475	26575	27660	28494	4187
Фінансовий результат до оподаткування	4923	5149	6119	6991	7409	2486
Податок на прибуток	886	927	1101	1258	1334	448
Чистий прибуток	4037	4222	5018	5733	6076	2039

Джерело: розраховано автором.

Разом доходи підприємства збільшаться на 6673 тис. грн. Витрати підприємства збільшаться на 4187 тис. грн., утому числі збільшення собівартості продукції становитиме 3145 тис. грн., інших операційних витрат – 796 тис. грн. та інших витрат – 246 тис. грн. У результаті фінансовий результат до оподаткування збільшиться на 2486 тис. грн. Після сплати податку на прибуток (у процесі прогнозування використовувалася ставка податку 18%), сума чистого прибутку підприємства зросте на 2039 тис. грн.

Отже, отримані результати прогнозування як показників експорту, так і показників фінансового результату діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», засвідчили ефективність впровадження запропонованих заходів у діяльність підприємства. Надані рекомендації направлені, перш за все, на удосконалення організації операцій з експорту досліджуваного підприємства, а також на мінімізацію витрат компанії.

Висновки до Розділу 3

Керівники європейських компаній визначають найбільш вагомими такі фактори ефективності міжнародних комерційних операцій: здійснення маркетингових досліджень ринку, участь у міжнародних виставках та

ярмарках, управління ризиками у міжнародній комерційній діяльності. Крім власних сил європейські компанії все більше звертаються за допомогою до організацій, що допомагають зібрати інформацію про внутрішній та зовнішній ринки, попит, пропозицію та кон'юнктуру необхідної товарної групи в інших країнах, здійснювати огляд ринку з урахуванням специфікацій товару, яким надають перевагу споживачі. У сучасній концепції маркетингу особливе значення надається виставкам. Багато американських фірм більше 20% всіх коштів, виділених на маркетинг, використовують як витрат на підготовку та участь у виставках. Ще більш значна частка цих витрат для європейських фірм, яка сягає 25%. Виставки є інтегрованими комунікаціями, оскільки включають в себе особовий та безособовий аспекти. На сьогодні у всьому світі проблемі оцінки ризиків у бізнесі приділяється величезна увага. Практика показує, що все більше число компаній намагається підходити до проблеми ризиків системно і ґрунтовно. Для аналізу та управління ризиками міжнародної комерційної діяльності підприємства все більшої популярності набуває fuzzy-технологія. Її теоретична база - теорія управління і нечітка математика, і в першу чергу, такі перспективні розділи останньої як нечіткі міри і нечіткі інтегралі. Розроблена технологія, порівняно з іншими відомими, має ряд переваг, що обумовлено більш ширшими можливостями теоретичного апарату, покладеного в основу цієї технології, що дозволяє усунути принципові недоліки і проблеми традиційних методів аналізу ризиків.

За результатами дослідження зарубіжного досвіду, на нашу думку, підвищенню ефективності міжнародних комерційних операцій досліджуваного підприємства сприятиме реалізація комплексу заходів: здійснення маркетингових досліджень ринків, участь у міжнародних виставках, впровадження комплексної системи аналізу та управління ризиками. Одним з передових інформаційно-аналітичних і експертних центрів України у сфері зовнішньої торгівлі є компанія «Pro-Consulting», яка є повноважним і постійним членом Української Асоціації Маркетингу. На

нашу думку, серед послуг «Pro-Consulting» для ТОВ «АРХІМАСТ-М» доцільно застосувати такі, як ексклюзивний аналіз ринку – дослідження, що здійснюється за параметрами, наданими замовником, згідно з міжнародними стандартами проведення ринкових досліджень (ESOMAR). Серед існуючих виставок нами було обрано Міжнародну виставку деревинно-плитних матеріалів «Wooden Buildings» (Чехія, м. Прага). Аналіз підсумків проведення виставки «Wooden Buildings» за 2014-2017 рр. дозволяє зробити висновок про те, що вона є зростаючою міжнародною виставкою і розвивається, участь у якій надає можливість для виходу підприємства на новий географічний ринок, для налагодження контакту з цільовими споживачами. Ми пропонуємо ТОВ «АРХІМАСТ-М» брати участь у аналогічних заходах як мінімум раз на рік. Це допоможе підприємству виявити свої сильні та слабкі сторони, адаптуватись до поведінки споживачів і конкурентів. На виставках перевіряється ефективність систем продажу товарів, асортимент товарів піддається ретельнішому аналізу. Одним з програмних продуктів, розроблених на основі Fuzzy-технології ризик-менеджменту, призначених для управління ризиками на підприємстві-суб'єкті міжнародної комерційної діяльності є Expert Professional Planer (ExPro Planer), розроблена спеціалістами консалтингової компанії ІНЕКС. Програмно-технічне забезпечення механізму управління ризиками міжнародної комерційної діяльності ExPro Planer допоможе менеджерам ТОВ «АРХІМАСТ-М» при розрахунку основних економічних показників міжнародних комерційних операцій та для оцінки їх ризиків.

Отримані результати прогнозування як показників експорту, так і фінансових результатів діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», засвідчили ефективність впровадження запропонованих заходів у діяльність підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Комерційний характер міжнародних операцій визначається тим, що кінцевою метою їх здійснення є отримання прибутку. До комерційних операцій не відносяться операції, пов'язані з наданням гуманітарної допомоги, підтримання міжнародних зв'язків у сферах освіти, культури, спорту тощо. Міжнародні комерційні операції здійснюються на основі укладених торговельних угод, правовою формою яких є торгові договори. Міжнародні комерційні операції здійснюється на основі принципів, дотримання яких дозволяє міжнародній комерційній системі активно впливати на виробництво, виявляти невідповідності між попитом і пропозицією на ті чи інші види товарів і послуг, формувати раціональні комерційні зв'язки між постачальниками та споживачами в різних країнах.

Поняття «бізнес» та «підприємництво» є категоріями, здебільшого, синонімічними, але з невеликою відмінністю в системі саме активного використання в менеджменті. Поняття «бізнес» є ширшим, ніж «підприємництво», оскільки охоплює відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури. З огляду на це основною метою бізнесу вважатимемо отримання прибутку, притому ця діяльність не обов'язково повинна бути ризиковою та інноваційною, на відміну від підприємництва.

Аналіз економічної літератури засвідчує, що існує три основних підходи до визначення належності підприємства до категорії малого або середнього: кількісний, якісний та комбінований підходи. Малий бізнес відіграє важливу роль для розвитку ефективного середнього бізнесу, що в процесі свого зростання та розвитку переходить в іншу, більш масштабну категорію. Тому малий і середній бізнес розглядають у єдності, схожості цілей, інститутів, масштабів, що спонукає до загальної більш ефективної їхньої взаємодії та виключає процес пригнічення малого бізнесу великим. На основі узагальнення теоретичних досліджень було визначено, що малі

підприємства виконують в економіці країни низку важливих та специфічних функцій. В економічній літературі загальновизнані чотири основні функції малого бізнесу: соціальна, економічна, ресурсна, творча, інституційна, культурна. Розглянувши функції та спираючись на зарубіжні дослідження, можна зробити висновок, що малий бізнес є більш стабілізуючим фактором, ніж великий. Окрім розв'язання важливих соціально-економічних проблем ринкової економіки, малий бізнес виконує важливу роль у стимулюванні та розробці технологічних інновацій, створюючи їх у 2-2,5 рази більше, ніж великі підприємства. Однак, інноваційна функція малими підприємствами України майже не виконується через відсутність державної підтримки та зацікавленості великих підприємств, які сьогодні намагаються іншими шляхами, ніж інноваційними, забезпечити отримання прибутку.

Ефективність діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу є складною категорією, яка поєднує параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Критерієм ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу є максимум чистого доходу від міжнародної комерційної діяльності. При визначенні ефективності діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу необхідно враховувати низку принципових методологічних положень. Для оцінки ефективності діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу застосовується системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду міжнародної комерційної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. Обраний критерій має відповідати принципам побудови показників ефективності, а також всебічно відтворювати її економічну сутність.

Розвинутий малий бізнес є ознакою прогресивної економіки. Тому більшість політичних та економічних програм в передових країнах світу відштовхуються від принципу "Think first small" ("Спочатку думай про малих"). Проте сьогодні, незважаючи на те, що малий бізнес є ключовим

фактором зростання економіки, його внесок у валовий внутрішній продукт складає лише 18,9%. В Україні ж частка загального експорту в структурі ВВП складає 16%. Водночас, наприклад, більше 98% німецьких малих та середніх підприємств експортують свою продукцію закордон. Розвиток малого бізнесу залежить в основному від двох основних умов: внутрішньої економічної ситуації в країні в цілому та її регіонах і здатності конкретного підприємця використати дані йому права для реалізації своїх господарських цілей. Можна стверджувати, що на сьогодні головна проблема розвитку малого бізнесу – у площині якості державного управління. «Тіньова економіка є породженням корумпованої системи державного управління». Проблеми державного управління – системна корупція і, як наслідок, вибіркове виконання законодавства. В Україні на сьогодні державна політика щодо малого бізнесу в своїй основі є «реактивною», тобто є реакцією органів державної влади або на зовнішні подразники, або на наполегливі вимоги малого бізнесу. «Реактивність» державної політики щодо малого бізнесу визначає низьку ефективність політики та низьку результативність державного регулювання. Відсутність дієвої стратегії державної політики щодо малого бізнесу призводить до стохастичної появи нових регулювань, і до відсутності прогресу у реальному покращанні бізнес-клімату в Україні.

ТОВ «АРХІМАСТ-М» було засновано в березні 2006 року. Основний вид діяльності підприємства - виробництво деревинно-плитних матеріалів. Аналіз засвідчив, що стан фінансово-господарської діяльності підприємства є задовільним.

ТОВ «АРХІМАСТ-М» експортує продукцію власного виробництва, яка відповідає міжнародним вимогам. Більше 40% виробленої підприємством продукції реалізується на експорт. Товарну структуру експорту ТОВ «АРХІМАСТ-М» становить шпонована продукція: МДФ, столярні плити, ДСП, ХДФ та фанера. Географічна структура міжнародних комерційних операцій представлена чотирма країнами: Румунією, Польщею, Угорщиною та

Словаччиною. Найбільшу частку у географічній структурі експорту підприємства становлять Польща та Угорщина. Оцінку ефективності експорту підприємства здійснено за усіма товарними групами та країнами-контрагентами. Результати розрахунків свідчать, що значення показника ефективності експорту зменшилося за всіма видами продукції, крім столярних плит. Серед країн, до яких ТОВ «АРХІМАСТ-М» здійснювало поставки продукції, найбільш ефективним був експорт до Польщі. Проте, починаючи з 2015 р. простежується тенденція до зменшення ефективності експортних операцій.

На нашу думку, на зменшення ефективності діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», в першу чергу, відображається несприятливий підприємницький клімат для ведення бізнесу в державі. За нестійкої економічної та політичної ситуації діяльність суб'єктів малого підприємництва, яким є ТОВ «АРХІМАСТ-М», гальмується наявністю суттєвих проблем та перешкод у цій сфері, що призводить до уповільненості їх розвитку. На тенденції розвитку малого підприємництва в Україні безпосередньо впливає негативна динаміка основних макроекономічних показників, таких як обмеженість внутрішнього попиту, наявність кризи збуту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, зниження реальних доходів населення, незначна інвестиційна активність, обмеженість фінансових ресурсів. Як наслідок, відбувається зниження конкурентоспроможності суб'єктів міжнародної комерційної діяльності, недостатньої інвестиційної активності, низького рівня розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, зменшення використання інновацій, що стримує економічне зростання та підвищення ефективності експорту вітчизняних підприємств.

Керівники європейських компаній визначають найбільш вагомими такі фактори ефективності міжнародних комерційних операцій: здійснення маркетингових досліджень ринку, участь у міжнародних виставках та ярмарках, управління ризиками у міжнародній комерційній діяльності. Крім власних сил європейські компанії все більше звертаються за допомогою до

організацій, що допомагають зібрати інформацію про внутрішній та зовнішній ринки, попит, пропозицію та кон'юнктуру необхідної товарної групи в інших країнах, здійснювати огляд ринку з урахуванням специфікацій товару, яким надають перевагу споживачі. У сучасній концепції маркетингу особливе значення надається виставкам. Багато американських фірм більше 20% всіх коштів, виділених на маркетинг, використовують як витрат на підготовку та участь у виставках. Ще більш значна частка цих витрат для європейських фірм, яка сягає 25%. Виставки є інтегрованими комунікаціями, оскільки включають в себе особовий та безособовий аспекти. На сьогодні у всьому світі проблемі оцінки ризиків у бізнесі приділяється величезна увага. Практика показує, що все більше число компаній намагається підходити до проблеми ризиків системно і ґрунтовно. Для аналізу та управління ризиками міжнародної комерційної діяльності підприємства все більшої популярності набуває fuzzy-технологія. Її теоретична база - теорія управління і нечітка математика, і в першу чергу, такі перспективні розділи останньої як нечіткі міри і нечіткі інтегралі. Розроблена технологія, порівняно з іншими відомими, має ряд переваг, що обумовлено більш ширшими можливостями теоретичного апарату, покладеного в основу цієї технології, що дозволяє усунути принципові недоліки і проблеми традиційних методів аналізу ризиків.

За результатами дослідження зарубіжного досвіду, на нашу думку, підвищенню ефективності міжнародних комерційних операцій досліджуваного підприємства сприятиме реалізація комплексу заходів: здійснення маркетингових досліджень ринків, участь у міжнародних виставках, впровадження комплексної системи аналізу та управління ризиками. Одним з передових інформаційно-аналітичних і експертних центрів України у сфері зовнішньої торгівлі є компанія «Pro-Consulting», яка є повноважним і постійним членом Української Асоціації Маркетингу. На нашу думку, серед послуг «Pro-Consulting» для ТОВ «АРХІМАСТ-М» доцільно застосувати такі, як ексклюзивний аналіз ринку – дослідження, що

здійснюється за параметрами, наданими замовником, згідно з міжнародними стандартами проведення ринкових досліджень (ESOMAR). Серед існуючих виставок нами було обрано Міжнародну виставку деревинно-плитних матеріалів «Wooden Buildings» (Чехія, м. Прага). Аналіз підсумків проведення виставки «Wooden Buildings» за 2014-2017 рр. дозволяє зробити висновок про те, що вона є зростаючою міжнародною виставкою і розвивається, участь у якій надає можливість для виходу підприємства на новий географічний ринок, для налагодження контакту з цільовими споживачами. Ми пропонуємо ТОВ «АРХІМАСТ-М» брати участь у аналогічних заходах як мінімум раз на рік. Це допоможе підприємству виявити свої сильні та слабкі сторони, адаптуватись до поведінки споживачів і конкурентів. На виставках перевіряється ефективність систем продажу товарів, асортимент товарів піддається ретельнішому аналізу. Одним з програмних продуктів, розроблених на основі Fuzzy-технології ризик-менеджменту, призначених для управління ризиками на підприємстві-суб'єкті міжнародної комерційної діяльності є Expert Professional Planer (ExPro Planer), розроблена спеціалістами консалтингової компанії ІНЕКС. Програмно-технічне забезпечення механізму управління ризиками міжнародної комерційної діяльності ExPro Planer допоможе менеджерам ТОВ «АРХІМАСТ-М» при розрахунку основних економічних показників міжнародних комерційних операцій та для оцінки їх ризиків.

Отримані результати прогнозування як показників експорту, так і показників фінансового результату діяльності ТОВ «АРХІМАСТ-М», засвідчили ефективність впровадження запропонованих заходів у діяльність підприємства. Надані рекомендації направлені, перш за все, на удосконалення організації операцій з експорту досліджуваного підприємства, а також на мінімізацію витрат компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дахно І. І. Міжнародна торгівля: Навч. посіб. / Дахно І.І. - К.: МАУП, 2003. – 296 с.
2. Русева О. Н. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия / О. Н. Русева, А. С. Балан // Труды Одесского политехнического университета, 2003, вып. 2(20). – С. 1–4.
3. Абчук В. А. Комерція / В. А. Абчук. - Спб. : Изд-во Михайлова В. А., 2010.
4. Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти. Навч. посіб. / В.В. Козик, Л.А. Панкова, О.Ю. Григор'єв. – 3-є вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2018. — 512 с.
5. Варналій З. С. Основи підприємництва : навч. посіб. / З. С. Варналій - К. : Знання-Прес, 2002. - 239 с.
6. Апопій В. В. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В. В. Апопія. - К. : Знання, 2010. - 558 с.
7. Коварш І. С. Особливості та проблеми сучасної комерційної діяльності / І. С. Коварш // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Економіка . - 2014. - Вип. 1. - С. 88-98.
8. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво : сучасний стан, стратегії розвитку: Моногр. / А.М. Виноградська - К.: Центр навч. літ-ри, 2012. – 807 с.
9. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / [Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.] ; за ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 580 с.
10. Удовицька Є.А. Формування стратегії комерціалізації державних підприємств України: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Є.А. Удовицька ; Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т". – К., 2011. –20 с.
11. Олексин І. І. Комерційне підприємництво та основні операції купівлі-продажу послуг [Електронний ресурс] / І. І. Олексин // Торгівля, комерція, підприємництво. - 2014. - Вип. 16. - С. 23-26. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2014_16_7

12. Красніков Д. О. Види міжнародних комерційних операцій / Д. О. Красніков // Управління розвитком. - 2013. - № 12. - С. 21-22. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_12_11
13. Петренко А. Ю. Управління адміністративними можливостями підприємства в умовах конкурентного зовнішнього середовища / А. Ю. Петренко // Економіка розвитку. – 2012. – С. 62.
14. Гермецька О. О. Вибір стратегії розвитку з урахуванням типу інноваційної поведінки підприємства / О. О. Гермецька // Економіка розвитку. – 2012. – С. 64.
15. Багірзаде Т.А. Перспективи застосування маркетингового підходу в управлінні міжнародними комерційними операціями компанії. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Вінниця: 2015. – Вип. 20. – С. 24–32.
16. Смітюх А.В. Принципи міжнародних комерційних договорів як належне право договору : прямий вибір сторін //Вісник господарського судочинства. - 2002. - № 1. - С 206-210.
17. Про зовнішньоекономічну діяльність. Закон України від 16 квітня 1991 року № 959-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
18. Белей О. І. Система процесного управління комерційною діяльністю торговельних підприємств / О. І. Белей, С. Е. Белей // Молодий вчений. - 2015. - № 2(1). - С. 75-78. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_2%281%29_18
19. Гайдар Н. О. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств роздрібної торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Н. О. Гайдар. – Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2011. – 18 с.

20. Белей О. І. Ефективне управління торговельним підприємством: Монографія / за заг. ред. О. М. Ананьєва // О. М. Ананьєв, О. І. Белей, І. М. Горбан. – Львів: вид-во Львівського університету внутрішніх справ, 2011. – 260 с.
21. Економічний словник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sesia.org.ua/50.html>
22. Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
23. Nicolas C. Siropolis. Small business management. A guide to entrepreneurship. Boston^ Houghton Mifflin Company, 1997. P. 672.
24. Завадський Й.С., Осовська Г.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. С. 24.
25. Бутинець Ф.Ф. Основи бізнесу: навч. пос./за ред. Ф.Ф. Бутинця, К.В. Романчука. 2-е вид., доп. і перероб. Житомир: Рута, 2004. 364 с.
26. Хоскінг А. Курс предпринимательства. Москва: Междунар. Отношения, 1993. 305 с.
27. Кісельов А.П. Основи бізнесу: підруч. Київ: Экономика, 1992. 447 с.
28. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами/пер. С англ. Москва: Финансы и статистика, 1996. 799 с.
29. Господарський кодекс України: за станом на 16 січня 2003 р./Верховна Рада України. Офіційне видання Ред. від 01.01.2014. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/436-15>.
30. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. 4-те вид., стер. Київ: Знання, КОО, 2008. – 302 с.
31. Корогод І.В. Генезис і сутнісна характеристик бізнесу в контексті економічних учень//Економіка і регіон: нук. журн. Мерія: Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Полтава. 2012. № 2 (33).С. 60.
32. Courtney H., Kirkland J., Viguerie P. Strategy under uncertainty//Harvard Business Review.1997

33. Пудсакулич В.Р. Методи ідентифікації малих підприємств//Сучасний соціокультурний простір: зб. наук. Ст. VII всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. Ужгород, 2009. С. 45–51.
34. Якушева О.В. Економічний розвиток і підтримка малого та середнього бізнесу на регіональному рівні: дис. ... канд. екон. наук; 08.00.05 / Якушева Оксана Вікторівна // Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2017. – 288 с.
35. Якушева О.В. Регіональні особливості економічного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / Економіка і суспільство // – 2017. – №8. – С. 455-460.
36. Дикань В. Л. Украина в глобальной миросистеме: особенности и последствия государственной экономической политики / В. Л. Дикань, А. В. Обруч // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – Вип. 59. – С. 11-19
37. Полякова О.М. Соціальна відповідальність малого бізнесу як його конкурентна перевага / О.М. Полякова, Є.В. Хорошаєва // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – Вип. 60. – С. 33-39.
38. Табінський В.А. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / В.А. Табінський, В.М. Телятник, А.П. Сімон // Молодий вчений. – 2017. – № 3 (43). – С. 848-851.
39. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики: монографія. Київ: Знання, 2007. 302 с.
40. Новицька О. Роль і значення виробничої інфраструктури в економічному розвитку промислових підприємств//Вісник Донецького університету економіки та права: зб. наук. праць/ред. кол.: В.К. Мамутов, О.І. Амоша, А.Я. Берсуцький та ін.; гол.ред. А.Я. Берсуцький. Донецьк: ДонУЕП, 2014. № 1. С. 153–159.
41. Баб'як М.М. Розвиток малого і середнього підприємництва у регіоні//Актуальні проблеми економіки. 2004. № 12. С. 77–83.

42. Соркин С. Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка : моногр. / Соркин С. Л. – Гродно : ГрГУ, 2011. – 130 с.
43. Бабаш, Л.П. Методика анализа эффективности внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования / Л.П. Бабаш // Бухгалтерский учет и анализ. – 2003. – № 1. – С. 3 – 17.
44. Верба В.Е. Финансы внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования / В.Е. Верба. – Минск: ЗАО «Белбизнеспресс», 2015. – 317 с.
45. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурупій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
46. Вакульчик О. М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. М. Вакульчик, Д. П. Дубицький // Економіст. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/Home/Downloads/vamsue_2012_2_12.pdf.
47. Гринишин Г. М. Методика аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Г. М. Гринишин // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Сер. : Бухгалтерський облік, контроль і аналіз. - 2014. - Вип. 1. - С. 63-73. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ptmbo_2014_1_8.
48. Миролюбова Т. В. Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях рыночной экономики : автореферат диссертации на соискание уч. ст. канд. экон. наук. – Екатеринбург, 1995.
49. Яковлев А. І. Удосконалювання методів визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності / А. І. Яковлев // Фінанси України. – 2011. – №9. – С. 28-34.
50. Дем'яненко А. Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия / А. Г. Дем'яненко // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 2.

51. Чаюн Т.І., Філатова Г.О. Методика аналізу зовнішньоекономічної діяльності на різних рівнях господарювання // Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. наук. праць. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – С. 199-205.
52. Глущенко М. М. Оцінювання факторів, які впливають на ефективність застосування механізмів фінансової підтримки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / М. М. Глущенко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України . - 2014. - № 2. - С. 87–96.
53. Філатова Г. О. Організаційно-економічний механізм визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств : Автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 / Г. О. Філатова; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2006. - 21 с.
54. Філіна Г.І. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / Г.І. Філіна ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. – Х., 2003. - 19 с.
55. Часовський С. А. Стратегія розвитку зовнішньоекономічного комплексу регіону в умовах глобалізації // Механізм регулювання економіки, 2012. – № 3. – Т. 1. – С. 167-172.
56. Черниш О. В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. В. Черниш, О. М. Шатило // Вісник Сумського національного аграрного університету. Фінанси і кредит . - 2013. - № 1. - С. 221-224.
57. Дикань О. В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення / О. В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – № 57. – С.58-66.
58. Толстова А.В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / А.В. Толстова, С. Кибальчич // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – Вип. 60. – С. 55-62.
59. Звонар Й.П. Бар'єри на шляху розвитку малого бізнесу в Україні та інструменти їх подолання / Й.П. Звонар // Науковий вісник

Херсонського державного університету. – 2015. - Випуск 15. -. Частина 1. – С. 36-39

- Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку [Електронний ресурс] / О. М. Кашуба. - Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2015/24.pdf
60. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
61. Терещенко Ярина І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/52-dvadtsyat-druga-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/535-problemi-ta-perspektivi-rozvitku-malogo-pidpriemnitstva-v-ukrajini>
62. Папп В. В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні / В. В. Папп // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2013. - № 6. – С. 160-164
63. Фролова Н.Л. Аналіз державної політики в сфері розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / Н.Л. Фролова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – Вип. 60. – С. 62-71.
64. The Global Competitiveness Report. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/reports>
65. Ляпін Д. Аналітичний матеріал щодо державної політики сприяння розвитку малого бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drs.gov.ua/press-room/analitichnyj-material-shhodo-derzhavnoyi-polityky-spryyannya-rozvytku-malogo-biznesu/>
66. Малий бізнес. Зарубіжний досвід // Все про Бізнес . [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pro-biznes.com.ua/statt-pro-bznes/malij-biznes-zarubizhnij-dosvid.html>
67. Рібун Л. В. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу / Л. В. Рібун, Г. А. Лех, І. М. Васькович // Науковий вісник НЛТУ України. - 2016. - Вип. 26.2. - С. 230-235.

68. Андришин, Володимир Павлович Розвиток експортної діяльності деревообробних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / В. П. Андришин ; Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу. - Івано-Франківськ, 2016. - 20 с. - 16-18.
69. Офіційний сайт «Wood Flooring & Interior Design». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kaindl.com>
70. Офіційний сайт «Earthsight». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.earthsight.org.uk>
71. Вербіцька І. І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур / І. І. Вербіцька // Сталий розвиток економіки. - 2017. - № 5. - С. 282-291.
72. Посохов І. М. Аналіз досліджень зарубіжних наукових шкіл ризик-менеджменту / І. М. Посохов // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 4. - С. 164-172.
73. Офіційний сайт «Pro-Consulting». Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua>
74. Офіційний сайт «Wooden buildings». Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dezeen.com/tag/wooden-buildings/>
75. Офіційний сайт «Clarity Project». Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://clarity-project.info>
76. Офіційний сайт «ІНЕКС». Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ineks.ua>

ДОДАТКИ

Додаток А

СПРОЩЕНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

КОДИ

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «АРХІМАСТ-М»	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	
Територія	Оболонський р-н	за КОАТУУ	33212624
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	3210600000
Вид економічної діяльності	Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів	за КВЕД	240
Середня кількість працівників, осіб			16.23
Одиниця виміру: тис. грн			
Адреса, телефон: 07400, Київська обл., м. Бровари, вул. Лагунової, 4б, к. 4			

1. Баланс
на 31.12.2013 р.

Форма № 1-мс

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби	1010	2301	2330
первісна вартість	1011	3062	3100
знос	1012	760	770
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	1719	1741
Інші необоротні активи	1090	792	802
Всього за розділом I	1095	4813	4873
II. Оборотні активи			
Запаси, у тому числі	1100	298	302
готова продукція	1103	137	139
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	104	105
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	427	432
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	865	876
Поточні фінансові інвестиції	1160	843	
Гроші та їх еквіваленти	1165	118	854
Витрати майбутніх періодів	1170	387	119
Інші оборотні активи	1190	3042	392
Усього за розділом II	1195	843	3080
IV. Необоротні активи та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	7855	7953

Продовження додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4

І. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2359	2389
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	840	851
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	350	354
Неоплачений капітал	1425		
Всього за розділом І	1495	3550	3594
ІІ. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	2470	2501
ІІІ. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	584	591
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	549	556
товари, роботи, послуги	1615	141	143
розрахунками з бюджетом	1620	177	179
розрахунками зі страхування	1625	36	36
розрахунками з оплати праці	1630	100	101
Доходи майбутніх періодів	1665	109	110
Інші поточні зобов'язання	1690	140	142
Усього за розділом ІІІ	1695	1835	1858
ІV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	7855	7953

2. Звіт про фінансові результати за 2013 р.

Форма № 2-мс

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	26801	26771
Інші операційні доходи	2120	10849	10837
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	37650	37608
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	15069	15052
Інші операційні витрати	2180	10583	10571
Інші витрати	2270	1950	1948
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	27602	27571
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	10048	10037
Податок на прибуток	2300	2110	2007
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	7938	8029

Продовження додатку А

СПРОЩЕНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю
«АРХІМАСТ-М»

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ

33212624

Територія	Оболонський р-н	за КОАТУУ	3210600000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів	за КВЕД	16.23
Середня кількість працівників, осіб			
Одиниця виміру: тис. грн			
Адреса, телефон: 07400, Київська обл., м. Бровари, вул. Лагунової, 4б, к. 4			

**1. Баланс
на 31.12.2014 р.**

Форма № 1-мс

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби	1010	2330	1846
первісна вартість	1011	3100	3118
знос	1012	770	1272
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	1741	1610
Інші необоротні активи	1090	802	795
Всього за розділом I	1095	4873	4251
II. Оборотні активи			
Запаси, у тому числі	1100	302	310
готова продукція	1103	139	142
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	105	103
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	432	685
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	876	1497
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	854	742
Витрати майбутніх періодів	1170	119	102
Інші оборотні активи	1190	392	395
Усього за розділом II	1195	3080	3834
IV. Необоротні активи та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	7953	8085

Продовження додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2389	2389

Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	851	851
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	354	373
Неоплачений капітал	1425		
Всього за розділом I	1495	3594	3613
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	2501	2142
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	591	468
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	556	959
товари, роботи, послуги	1615	143	189
розрахунками з бюджетом	1620	179	141
розрахунками зі страхування	1625	36	61
розрахунками з оплати праці	1630	101	167
Доходи майбутніх періодів	1665	110	234
Інші поточні зобов'язання	1690	142	111
Усього за розділом III	1695	1858	2330
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	7953	8085

2. Звіт про фінансові результати за 2014 р.

Форма № 2-мс

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28606	26801
Інші операційні доходи	2120	11729	10849
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	40335	37650
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	15514	15069
Інші операційні витрати	2180	12039	10583
Інші витрати	2270	2127	1950
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	29680	27602
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	10655	10048
Податок на прибуток	2300	2451	2110
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	8204	7938

Продовження додатку А

СПРОЩЕНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

КОДИ

Дата (рік, місяць, число)

Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю за ЄДРПОУ

Територія Оболонський р-н за КОАТУУ

Організаційно-правова Товариство з обмеженою за КОПФГ

33212624		
3210600000		
240		

форма господарювання

відповідальністю

Вид економічної діяльності

Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів

за КВЕД

16.23

Середня кількість працівників, осіб

Одиниця виміру: тис. грн

Адреса, телефон: 07400, Київська обл., м. Бровари, вул. Лагунової, 4б, к. 4

**1. Баланс
на 31.12.2015 р.**

Форма № 1-мс

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби	1010	1846	1693
первісна вартість	1011	3118	3085
знос	1012	1272	1392
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	1610	1205
Інші необоротні активи	1090	795	680
Всього за розділом I	1095	4251	3578
II. Оборотні активи			
Запаси, у тому числі	1100	310	292
готова продукція	1103	142	136
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	103	81
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	685	628
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1497	2672
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	742	627
Витрати майбутніх періодів	1170	102	117
Інші оборотні активи	1190	395	381
Усього за розділом II	1195	3834	4798
IV. Необоротні активи та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	8085	8376

Продовження додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2389	2453
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	851	865

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	373	372
Неоплачений капітал	1425		
Всього за розділом I	1495	3613	3690
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	2142	2341
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	468	421
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	959	673
товари, роботи, послуги	1615	189	247
розрахунками з бюджетом	1620	141	157
розрахунками зі страхування	1625	61	88
розрахунками з оплати праці	1630	167	229
Доходи майбутніх періодів	1665	234	363
Інші поточні зобов'язання	1690	111	167
Усього за розділом III	1695	2330	2345
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	8085	8376

2. Звіт про фінансові результати за 2015 р.

Форма № 2-мс

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28641	28606
Інші операційні доходи	2120	11908	11729
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	40549	40335
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	15634	15514
Інші операційні витрати	2180	11692	12039
Інші витрати	2270	1975	2127
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	29301	29680
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	11248	10655
Податок на прибуток	2300	2362	2451
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	8886	8204

Продовження додатку А

СПРОЩЕНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «АРХІМАСТ-М»	за ЄДРПОУ	33212624
Територія	Оболонський р-н	за КОАТУУ	3210600000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної	Виробництво інших дерев'яних	за КВЕД	16.23

діяльності

будівельних конструкцій і
столярних виробівСередня кількість
працівників, осіб

Одиниця виміру: тис. грн

Адреса, телефон: 07400, Київська обл., м. Бровари, вул.
Лагунової, 4б, к. 4**1. Баланс**
на 31.12.2016 р.

Форма № 1-мс

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби	1010	1693	2293
первісна вартість	1011	3085	3618
знос	1012	1392	1325
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	1205	1341
Інші необоротні активи	1090	680	664
Всього за розділом I	1095	3578	4298
II. Оборотні активи			
Запаси, у тому числі	1100	292	277
готова продукція	1103	136	128
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	81	106
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	628	834
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2672	1311
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	627	528
Витрати майбутніх періодів	1170	117	94
Інші оборотні активи	1190	381	375
Усього за розділом II	1195	4798	3525
IV. Необоротні активи та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	8376	7823

Продовження додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2453	2393
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	865	748
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	372	369
Неоплачений капітал	1425		

Всього за розділом I	1495	3690	3510
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	2341	2342
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	421	309
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	673	131
товари, роботи, послуги	1615	247	466
розрахунками з бюджетом	1620	157	129
розрахунками зі страхування	1625	88	101
розрахунками з оплати праці	1630	229	314
Доходи майбутніх періодів	1665	363	253
Інші поточні зобов'язання	1690	167	268
Усього за розділом III	1695	2345	1971
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	8376	7823

2. Звіт про фінансові результати за 2016 р.

Форма № 2-мс

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	26919	28641
Інші операційні доходи	2120	5213	11908
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	32132	40549
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	15681	15634
Інші операційні витрати	2180	5766	11692
Інші витрати	2270	2278	1975
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	23725	29301
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	8407	11248
Податок на прибуток	2300	1597	2362
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	6810	8886

Продовження додатку А

СПРОЩЕНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

			КОДИ
Дата (рік, місяць, число)			
Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «АРХІМАСТ-М»	за ЄДРПОУ	33212624
Територія	Оболонський р-н	за КОАТУУ	3210600000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів	за КВЕД	16.23

Середня кількість
працівників, осіб

Одиниця виміру: тис. грн

Адреса, телефон: 07400, Київська обл., м. Бровари, вул.
Лагунової, 4б, к. 4

1. Баланс
на 31.12.2017 р.

Форма № 1-мс

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби	1010	2293	2253
первісна вартість	1011	3618	3601
знос	1012	1325	1348
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	1341	1343
Інші необоротні активи	1090	664	555
Всього за розділом I	1095	4298	4151
II. Оборотні активи			
Запаси, у тому числі	1100	277	229
готова продукція	1103	128	108
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	106	114
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	834	365
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1311	1488
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	528	409
Витрати майбутніх періодів	1170	94	82
Інші оборотні активи	1190	375	353
Усього за розділом II	1195	3525	3040
IV. Необоротні активи та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	7823	7191

Закінчення додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2393	2393
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	748	735
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	369	307
Неоплачений капітал	1425		
Всього за розділом I	1495	3510	3435
II. Довгострокові зобов'язання, цільове	1595	2342	1938

фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	309	243
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	131	129
товари, роботи, послуги	1615	466	443
розрахунками з бюджетом	1620	129	118
розрахунками зі страхування	1625	101	92
розрахунками з оплати праці	1630	314	299
Доходи майбутніх періодів	1665	253	238
Інші поточні зобов'язання	1690	268	256
Усього за розділом III	1695	1971	1818
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	7823	7191

2. Звіт про фінансові результати за 2017 р.

Форма № 2-мс

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	24687	26919
Інші операційні доходи	2120	4543	5213
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	29230	32132
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	15984	15681
Інші операційні витрати	2180	5961	5766
Інші витрати	2270	2362	2278
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	24307	23725
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	4923	8407
Податок на прибуток	2300	886	1597
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	4037	6810