

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Ефективність діяльності спільного підприємства» на прикладі
EVO.companу

Студентки 2 курсу, 2мз групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Булавіної Дарини Романівни

(підпис студента)

Науковий керівник
доктор економічних наук
професор

Будзяк Василь Миронович

(підпис керівника)

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук
доцент

Сєрова Людмила Петрівна

(підпис гаранта)

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «УАПРОМ»	6
1.1. Аналіз фінансово-економічного стану спільного підприємства.....	6
1.2. Дослідження ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	17
1.3. Оцінювання ефективності створення спільних підприємств.....	26
Висновки до розділу 1.....	36
РОЗДІЛ 2. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «УАПРОМ».....	38
2.1. Удосконалення процесу створення та функціонування спільних підприємств	38
2.2. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного спільного підприємства	477
2.3. Прогнозування фінансових результатів від реалізації запропонованих заходів.....	566
Висновки до розділу 2.....	622
ВИСНОВКИ	644
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	677
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена. 1

ВСТУП

Актуальність теми. В процесі розвитку зовнішньоекономічної діяльності значну роль відіграють підприємства, створювані за участю іноземного капіталу. Частина з них функціонують як спільні (СП), на яких іноземні та вітчизняні інвестиції з'єднуються разом. Інша частина підприємств створюються як іноземні підприємства (іноземний капітал становить 100%). Створення спільних підприємств – нині ринок з великим потенціалом. Кожна країна має різноманітні стимули для їх створення. Проте, насамперед, це збільшення прибутку, адже інвестиції можуть позитивно впливати на економічний розвиток як самого підприємства так і країни в цілому.

Спільні з іноземним партнером підприємства дозволяють вирішити наступні питання: скорочення часу будівництва нових підприємств, використання прогресивної технології і техніки у виробництві, випуску товарів, відсутніх на внутрішньому ринку, більш швидкого виходу на зовнішні ринки з конкурентоспроможною продукцією з метою отримання валютних коштів, скорочення нераціонального імпорту на вільно конвертовану валюту. Все це сприяє підвищенню ефективності національної економіки. Створення спільних підприємств - один з напрямків вкладення іноземних інвестицій в економіку країни. Вважається, що чим вони більші, тим більш ефективна національна економіка, тим краще умови для її інтегрування у світову економічну систему. Враховуючи сказане, наукова проблематика створення, функціонування та оцінки ефективності спільних підприємств в системі зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно актуальною.

Аналіз останніх досліджень. Наукову проблематику дослідження розвитку спільних підприємств у своїх працях розглядали різні вітчизняні та вітчизняні вчені. Так, серед вітчизняних науковців вагомий внесок належить В.Г. Андрійчуку, П.Т. Саблуку, С.П. Азізову, Ю. Нестерчуку, А.В. Дмитренко, Л.В. Погребняк, О.П. Савіцькій, Х.М. Дюс та іншим вченим. В своїх роботах вони розглядають основні проблеми залучення коштів методом створення

спільних підприємств та досліджують напрями їх розв'язання. Водночас, актуальні проблеми створення, функціонування та оцінки ефективності діяльності спільних підприємств в системі зовнішньоекономічної діяльності залишаються недостатньо дослідженими.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування сучасних підходів до підвищення ефективності діяльності спільного підприємства та дослідження сучасного стану їх розвитку.

Для досягнення мети необхідно забезпечити реалізацію таких завдань:

- здійснити аналіз фінансово-економічного стану спільного підприємства;
- провести дослідження ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- провести оцінювання ефективності створення спільних підприємств;
- обґрунтувати напрями удосконалення процесу створення та функціонування спільних підприємств;
- розробити підходи до підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного спільного підприємства;
- представити розрахунок фінансових результатів від реалізації запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес підвищення ефективності діяльності спільного підприємства ТОВ «Уапром».

Предметом дослідження є розробка заходів та методологічні і теоретичні аспекти цих заходів з підвищення ефективності діяльності спільного підприємства ТОВ «Уапром».

Методи дослідження. Теоретико-методичною основою випускної кваліфікаційної роботи виступив системно-структурний підхід, що розглядає процес формування та удосконалення розвитку спільних підприємств в системі зовнішньоекономічної діяльності, що є одночасно частиною управління підприємством в цілому. Вирішення поставлених у роботі завдань забезпечувалося використанням основних методів дослідження, а саме методів наукової абстракції, аналізу, синтезу, індукції, дедукції, логічного аналізу,

системного підходу тощо. Для розв’язання визначених завдань застосовувались різноманітні методи: порівняння та аналогії – для розкриття сутності поняття «спільне підприємство»; класифікації – для систематизації ознак класифікації спільних підприємств; монографічний – при вивченні літературних джерел та нормативно-правових актів; балансовий та аналізу – для дослідження тенденцій функціонування спільного підприємства; синтезу – для формулювання висновків про рівень ефективності господарської діяльності спільного підприємства.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові фахові, навчальні та методичні публікації провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, чинне законодавство України, статистичні дані, дані фінансової та управлінської звітності досліджуваної компанії.

Практичне значення одержаних результатів. Для забезпечення створення, функціонування та оцінки ефективності спільних підприємств можуть бути використані основні висновки за застосовані практичні рекомендації випускної кваліфікаційної роботи. Розраховано економічний ефект від впровадження пропозицій, наданих у другому розділі випускної кваліфікаційної роботи.

Випускна кваліфікаційна робота викладена на 96 сторінках, вона містить 10 рисунків, 30 таблиць, 43 джерела в переліку посилань (викладених на чотирьох сторінках) та 10 додатків (викладених на 25 сторінках).

За результатами виконання випускної кваліфікаційної роботи опубліковано 1 статтю: Спільні підприємства в системі зовнішньоекономічної діяльності: створення, функціонування, оцінка ефективності. //Збірник наукових статей студентів – К.: Київ. нац. Торг-екон. ун-т, 2021 – 33 с. Обсяг статті становить 0,35 др.арк.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «УАПРОМ»

1.1. Аналіз фінансово-економічного стану спільного підприємства

У світовій практиці спільне підприємство – одна з наймобільніших форм обміну науково-технічними досягненнями. Створення підприємств з використанням іноземних інвестицій, у тому числі і спільних підприємств – ефективний шлях випуску високоякісної конкурентоспроможної продукції, про що свідчить досвід різних країн світу [17, с.169]. Ця ефективність забезпечується різноманітними факторами: прямим інтересом іноземного партнера у освоєнні прогресивних технологій, в їх подальшому швидкому вдосконаленні, в контролі за якістю продукції, у своєчасній заміні виробничого устаткування, в поділі між партнерами всієї величини ризику; спільною відповідальністю партнерів за ефективність діяльності підприємства та зменшенням ризику; можливістю комплексного використання потенціалу науково-дослідної, виробничої та збутової діяльності; об'єднанням найбільш сильних взаємодоповнюючих компонентів продуктивності, що належать партнерам, для досягнення найкращого кінцевого результату; отриманням доступу до тих видів техніки, які неможливо придбати за каналами ліцензійної торгівлі через існування певних обмежень та багато іншого [21, с.106].

Проведемо оцінювання ефективності діяльності спільних підприємств в системі зовнішньоекономічної діяльності на прикладі відомої міжнародної ІТ-компанії EVO.company (ТОВ «Уапром»). Дослідження показали, що ТОВ «Уапром» - це спільна українсько-білорусько-казахська ІТ-компанія, яка об'єднує 1230 співробітників, реалізовує 15 міжнародних проектів та обслуговує 28 млн. замовлень на рік [19].

Заснували компанію у 2008 році та почали історію з маркетплейсів Satu.kz в Казахстані, Deal.by в Білорусі та Prom.ua в Україні, які в подальшому поєднали в спільну компанію EVO.company. В 2015 році також приєднали

онлайн-сервіс замовлення послуг Kabanchik.ua та запустили торговий майданчик для закупівель Zakupki.prom.ua. Сама компанія EVO.company була створена у травні 2016 року з метою об'єднання самостійних проектів під єдиним брендом [19]. В цей час до неї приєднали онлайн-маркет Bigl.ua та майданчик авторських товарів Crafta.ua.

Головним мажоритарним акціонером EVO до 2018 року була група компаній Naspers (південноафриканська медіагрупа та інтернет компанія) - один з найбільших світових інтернет-холдингів, що є також акціонером Allegro, SimilarWeb. У 2018 році EVO об'єдналась з компанією Rozetka.ua, яка викупила частку Naspers в EVO. Після цього частка засновників EVO трансформувалась в частку в об'єднаній компанії, операційне управління бізнесами залишилось незмінним.

Місія ТОВ «Уапром» - створювати можливості для розвитку підприємництва. Компанія створює маркетплейси для замовлення послуг і онлайн-шопінгу - Deal.by, Satu.kz, Prom.ua, Bigl.ua, Kabanchik.ua, Shafa.ua, Crafta.ua, IZI.ua. Крім цього фахівці ТОВ «Уапром» створили інтернет-майданчики для проведення державних та комерційних торгів і аукціонів Zakupki.Prom.ua та Аукціони.Prom, сервіс цифрових рішень для бізнесу «Вчасно». Компанія розвиває онлайн-сервіс покупки турів – Rozetka Travel, а також фінтех і логістику. Щомісяця на маркетплейсах EVO.company (головна юридична особа ТОВ «Уапром») люди роблять понад 2 млн замовлень. На майданчиках ТОВ «Уапром» купує кожен другий інтернет-покупець в Україні [19].

У 2020 році ТОВ «Уапром» та Rozetka об'єдналися, щоб, як найбільші онлайн-ритейлери України, разом створювати більше можливостей для українських підприємців на своїх платформах та покращувати досвід покупок для клієнтів маркетплейсів.

Загальна організаційно-правова характеристика підприємства ТОВ «Уапром» представлена у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Загальна організаційно-правова характеристика підприємства ТОВ «Уапром»

Параметр	Характеристика
Повне найменування юридичної особи	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ УАПРОМ
Скорочена назва	ТОВ «УАПРОМ»
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	36507036
Дата реєстрації	04.06.2009 (12 років)
Розмір статутного капіталу	6083000,00 грн.
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Основний: 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність Інші: 62.01 Комп'ютерне програмування 62.02 Консультування з питань інформатизації 62.03 Діяльність із керування комп'ютерним устаткуванням
Місцезнаходження юридичної особи:	02121, місто Київ, ВУЛИЦЯ ХАРКІВСЬКЕ ШОСЕ, будинок 201-203, корпус 2А, ЛІТЕРА Ф

Джерело: складено автором

У ринкових умовах господарювання особливо важливе значення посідає оцінювання фінансового стану підприємства. Аналіз фінансового стану надає можливість зробити висновки щодо забезпеченості підприємства ТОВ «Уапром» ресурсами, ефективності їх використання. Фінансовий стан підприємства відображає спроможність підприємства фінансувати свою діяльність. Саме тому першочерговою проблемою на сучасному етапі розвитку є аналіз і моніторинг фінансового стану ТОВ «Уапром».

Розглянемо основні економічні показники господарської діяльності підприємства ТОВ «Уапром» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Основні економічні показники господарської діяльності ТОВ «Уапром»

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	397665	433658	478460	671956	924540	526875	132,49

Продовження таблиці 1.2

Валовий прибуток, тис. грн.	362109	393772	423530	531120	417953	55844	15,42
Чистий прибуток, тис. грн.	6732	9375	10472	16880	14437	7705	114,45
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	867	873	886	912	934	67	7,73
Середньорічна вартість:							
– необоротних активів;	83377	94094	97102	75420	52338	-31039	-37,23
– оборотних активів	98955	113002	117465	179349	328628	229673	232,10
Фондовіддача, грн	4,77	4,61	4,93	8,91	17,66	12,89	270,23
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	4,02	3,84	4,07	3,75	2,81	-1,21	-30,10
Продуктивність праці, тис. грн.	458,67	496,74	540,02	736,79	989,87	531,20	115,81
Рентабельність господарської діяльності, %	1,69	2,16	2,19	2,51	1,56	-0,13	x

Джерело: складено автором

За результатами проведеного аналізу визначено, що підприємство постійно нарощує обсяги господарської діяльності. Зокрема, у 2020 р. порівняно з 2016 роков чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 132,49% або на 526875 тис.грн. Щодо зростання рівня валового прибутку спостерігається аналогічна тенденція з 362109 тис. грн. у 2016 р. до 417953 тис.грн. у 2020 р., тобто на 55844 тис.грн., або на 14,42 %. Підприємство є прибутковим, оскільки у 2020 р. обсяг чистого фінансового результату склав 16880 тис.грн., при чому за останні п'ять років відбулося його збільшення на 7705 тис.грн., або на 114,45 %. Підприємство є потужною організацією за середньообліковою чисельністю працівників, а саме 934 особи у 2020 р. Продуктивність праці працівників, також зросла на 531,20 тис.грн., або на 115,81 % в порівнянні з 2016 р. Як позитивне слід відмітити зростання фондовіддачі, тобто ефективності використання основного капіталу підприємства, на 12,89 грн., або у 2,70 разів. Рентабельність господарської діяльності підприємства була на рівні 1,56 % у 2020 р., що на 0,13 пункти менше, ніж у 2016 р., що слід вважати найбільш негативним свідченням низької ефективності здійснення господарської діяльності.

Майновий стан підприємства відображається абсолютними та відносними показниками наявності та структурних змін активів і зобов'язань за даними фінансової звітності підприємства. Показники майнового стану підприємства ТОВ «Уапром» представлено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Показники майнового стану підприємства ТОВ «Уапром»

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Загальна вартість активів (майна), тис.грн.	198642	215548	213585	295953	465979	267337,00	134,58
Вартість необоротних активів, тис. грн.	90028	98159	96045	54795	49881	-40147,00	-44,59
Вартість оборотних активів, тис. грн.	108614	117389	117540	241158	416098	307484,00	283,10
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	63896	70699	81872	139369	233309	169413,00	265,14
Грошові кошти, тис. грн.	33778	36887	24772	89264	170901	137123,00	405,95
Зареєстрований капітал, тис. грн.	6083	6083	6083	6083	6083	0,00	0,00
Власний капітал, тис. грн.	38259	41570	38119	53496	35898	-2361,00	-6,17
Залучений капітал, тис. грн.	160383	173978	175466	242457	430081	269698,00	168,16
Поточні зобов'язання, тис. грн.	160383	173978	175466	242457	430081	269698,00	168,16
Робочий (чистий оборотний) капітал, тис. грн.	-51769	-56589	-57926	-1299	-13983	37786,00	-72,99
Коефіцієнт постійності активів	0,45	0,46	0,45	0,19	0,11	-0,34	-75,56
Коефіцієнт мобільності активів	0,55	0,54	0,55	0,81	0,89	0,34	61,82
Коефіцієнт співвідношення:							
необоротних і оборотних активів	0,83	0,84	0,82	0,23	0,12	-0,71	-85,54
оборотних і необоротних активів	1,21	1,20	1,22	4,40	8,34	7,13	589,26
Коефіцієнт зносу основних засобів (станом на 31.12)	0,53	0,52	0,63	0,60	0,76	0,23	43,40
Коефіцієнт зносу нематеріальних активів	0,73	0,71	0,76	0,82	0,71	-0,02	-2,74

Джерело: складено автором

Отже, загальна вартість активів підприємства, згідно результатам проведеного аналізу у 2020 р. склала 465979 тис.грн., що на 267337 тис.грн., або на 134,58 % більше, ніж у 2016 р. При цьому, відбулося скорочення вартості необоротних активів на 40147 тис.грн., або на 44,59 % та збільшення вартості оборотних активів на 307484 тис.грн., або у 2,83 рази. Негативна

тенденція спостерігається у динаміці зростання дебіторської заборгованості підприємства, яка у 2016 р. склала 63896 тис.грн., а у 2020 р. – 233309 тис.грн., тобто відбулось її збільшення на 169423 тис.грн, або у 2,65 рази. Підприємство має незмінну величину зареєстрованого капіталу в сумі 6083 тис.грн. Водночас, основу власного капіталу підприємства становить нерозподілений прибуток минулих років. Власний капітал підприємства у 2020 р. становив 35898 тис.грн., що на 2361 тис.грн., або на 6,17 % менше, ніж у 2016 р. Основу пасивів підприємства становить залучений капітал в сумі 430081 тис.грн., у 2020 р., що на 269698 тис.грн., або на 168,16 % більше, ніж у 2016 р.. Нестачу власного оборотного капіталу для фінансування господарської діяльності підприємства засвідчує робочий (чистий оборотний) капітал, який має негативне значення в сумі 13983 тис.грн .

Одним з головних показників фінансового стану також є ліквідність майна підприємства. По ліквідності підприємства ТОВ «Уапром» аналіз головних показників будемо вести виходячи з даних таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Показники ліквідності підприємства ТОВ «Уапром»

Показники	Роки, станом на 31.12					2020 р. до 2016 р.
	2016	2017	2018	2019	2020	
Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	0,68	0,67	0,67	0,99	0,97	0,29
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,68	0,67	0,67	0,99	0,97	0,29
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,21	0,21	0,14	0,37	0,40	0,19
Чистий оборотний капітал, тис.грн.	-51769	-56589	-57926	-1299	-13983	37786,00
Частка оборотних активів в загальній сумі активів	0,55	0,54	0,55	0,81	0,89	0,34

Джерело: складено автором

Як показав аналіз, підприємство характеризується недостатньо високими значеннями основних показників ліквідності. Як приклад, у 2020 р. при критичному значенні індикатора на рівні більше одиниці загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності), який засвідчує здатність підприємства швидко і вчасно відповідати по своїх зобов'язаннях, показав лише 0,97, що на 0,29 пунктів більше, ніж у 2016 р. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує

практично абсолютно ліквідні активи, тобто яка частка короткострокових боргових зобов'язань може бути покрита за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів. У 2020 р. підприємство мало високе значення цього індикатора на рівні 0,40, що перевищує значення 2016 р. на 0,19 пункти та є вищм за критичне значення (більше 0,2). Чистий оборотний капітал підприємства, в обсязі 13983 тис.грн., має негативне значення, що відображає нестачу власного оборотного капіталу для фінансування господарської діяльності підприємства. Значення показника частки оборотних активів засвідчило, що основою формування майна підприємства є оборотні активи, в загальній сумі активів на рівні 89 % у 2020 р.

Фінансова стійкість – має гарантувати постійну платоспроможність підприємства та певний стан рахунків підприємства. Показники фінансової стійкості відображають рівень залучення позикового капіталу і можливості підприємства обслуговувати цей борг. Знання граничних меж зміни джерел коштів для покриття вкладень капіталу в основні фонди чи виробничі запаси дозволяє генерувати такі напрямки господарських операцій, які ведуть до покращення станів фінансів підприємства, до збільшення його стійкості.

Аналіз головних показників фінансової стійкості підприємства ТОВ «Уапром» будемо вести виходячи з даних таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Показники фінансової стійкості підприємства ТОВ «Уапром»

Показники	Роки, станом на 31.12					2020 р. до 2016 р.
	2016	2017	2018	2019	2020	
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії, концентрації власного капіталу)	0,19	0,19	0,18	0,18	0,08	-0,11
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,81	0,81	0,82	0,82	0,92	0,11
Коефіцієнт фінансової залежності	5,19	5,19	5,60	5,53	12,98	7,79
Коефіцієнт концентрації поточної заборгованості	0,81	0,81	0,82	0,82	0,92	0,11
Коефіцієнт фінансової стійкості (забезпечення загальної заборгованості власним капіталом)	0,24	0,24	0,22	0,22	0,08	-0,16
Коефіцієнт фінансового левириджу (фінансового ризику)	4,19	4,19	4,60	4,53	11,98	7,79

Продовження таблиці 1.5

Коефіцієнт забезпечення запасів власним капіталом	-154,53	-133,78	-115,62	-2,62	-23,50	131,03
Коефіцієнт маневреності оборотних активів	-0,48	-0,48	-0,49	-0,01	-0,03	0,45
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-1,35	-1,36	-1,52	-0,02	-0,39	0,96
Коефіцієнт маневреності позикового капіталу	-0,32	-0,33	-0,33	-0,01	-0,03	0,29

Джерело: складено автором

Аналіз показав, що підприємство відрізняється досить високими значеннями показників фінансової залежності. Зокрема, коефіцієнт автономії, концентрації власного капіталу та фінансової незалежності, що характеризує частку активів власників підприємства в загальній сумі активів, авансованих у його діяльність та вираховується як відношення загальної суми власного капіталу до підсумку балансу, має низьке значення на рівні 0,08 у 2020 р. та має значення нижче критичного в період з 2016 по 2020 роки. Коефіцієнт фінансової стійкості - коефіцієнт, який говорить про відношення власного капіталу компанії залишатися платоспроможною для довгострокових зобов'язань. Значення індикатора показує, яку частину активів компанія здатна фінансувати за рахунок капіталу, залученого на довгостроковій основі та постійного капіталу. У фінансуванні підприємства про значну частку позичених коштів свідчить значення індикатора фінансової залежності на рівні, що на 7,79 пункти більше, ніж у 2016 р. – 12,98,. Отже, згідно даних, підприємство, що досліджується, є неспроможним розраховуватись по своїх зобов'язаннях, оскільки має значення цього показника на рівні 0,08, при нормативному значенні не нижче одиниці. Коефіцієнт фінансового левериджу, для якого нормативне значення не вище одиниці, також значно погіршився та має значення 11,98. Таке значення засвідчує зростання рівня фінансових ризиків неплатоспроможності підприємства. Загалом можна відзначити, що в 2016-2020 роках відбувається погіршення фінансової стабільності підприємства майже по всіх показниках.

Критично важливим індикатором фінансової стабільності є діагностика та оцінка ділової активності підприємства. Вона відображається абсолютними і

відносними результативними показниками використання ресурсів та обсягами виробничо-господарської діяльності ТОВ «Уапром», що представлено у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Показники ділової активності підприємства ТОВ «Уапром»

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Додана вартість, тис. грн.	111165	130960	153452	183245	192508	81343,00	73,17
Коефіцієнт оборотності активів	2,18	2,09	2,23	2,64	2,43	0,25	11,47
Тривалість обороту активів, дні	167,35	174,31	163,69	138,39	150,40	-16,95	-10,13
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	4,02	3,84	4,07	3,75	2,81	-1,21	-30,10
Тривалість обороту оборотних активів, дні	90,83	95,11	89,61	97,42	129,74	38,91	42,84
Коефіцієнт оборотності запасів	1185,29	1144,22	1035,63	1349,31	1696,40	511,11	43,12
Тривалість обороту запасів, дні	0,31	0,32	0,35	0,27	0,22	-0,09	-29,03
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,90	6,44	6,27	6,07	4,96	-1,94	-28,12
Термін погашення дебіторської заборгованості, дні	52,90	56,64	58,20	60,09	73,56	20,66	39,05
Тривалість операційного циклу, дні	80,36	86,70	82,07	91,33	125,14	44,78	55,72
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	11,39	10,86	12,01	14,67	20,68	9,29	81,56
Тривалість обороту власного капіталу, дні	32,04	33,60	30,40	24,88	17,65	-14,39	-44,91
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,71	2,60	2,75	3,24	3,09	0,38	14,02
Термін погашення кредиторської заборгованості, дні	134,76	140,14	132,51	112,66	118,18	-16,58	-12,30
Фондоозброєність праці, грн.	0,27	0,27	0,21	0,19	0,14	-0,13	-48,15
Трудомісткість господарської діяльності	0,26	0,27	0,29	0,24	0,19	-0,07	-26,92
Фондомісткість господарської діяльності	0,09	0,09	0,12	0,12	0,02	-0,07	-77,78

Джерело: складено автором

Аналіз показав, що підприємство наростило обсяги власної виробничо-господарської діяльності та збільшило додану вартість, яка в процесі виробництва товарів зараховується до вартості сировини, матеріалів, палива на кожній стадії руху товарів від виробника до споживача. Отже, значення цього

важливого індикатора у 2020 р. становило 192508 тис.грн., що на 81343 тис.грн., або на 73,17 % більше, ніж у 2016 р.

Коефіцієнти оборотності характеризують рівень ділової активності підприємства, відображаючи швидкість обороту коштів або зобов'язань. Зазвичай коефіцієнти оборотності обчислюються як відношення обороту та інших торгових доходів компанії (виручки від реалізації) до задіяних у виробництві ресурсів за аналізований період. Згідно цього, коефіцієнт оборотності активів досліджуваного підприємства має стабільне значення у 2016-2020 р. та його значення у 2020 р. на 0,25 пункти більше, ніж у 2016 р. та склало 2,43. Коефіцієнт оборотності оборотних активів на 1,21 пункт набув тенденцію до скорочення, що відображає уповільнення терміну їх обороту на 38,91 день, або на 42,84 %. Оборотність запасів характеризується високими значеннями на рівні 1696,40 оборотів, що більше, ніж у 2016 р на 43,12 %. Також, відбулося певне уповільнення оборотності дебіторської заборгованості за аналізований період на 1,94 пункти. Тривалість операційного циклу підприємства становить 125,14 дня, що на 44,78 дня більше, ніж у 2016 році. Ця тенденція є негативною та свідчить про уповільнення кругообігу грошових ресурсів.

Фондомісткість, матеріаломісткість та трудомісткість господарської діяльності являються узагальнюючими показниками використання ресурсів підприємства та результати проведеного аналізу показали, що у 2020 р. трудомісткість господарської діяльності підприємства склала 0,19, що на 0,07 пунктів менше, ніж у 2016 р. Також скоротилась фондомісткість господарської діяльності підприємства на 0,07 пункти, що у 2020 р. становило 0,02.

Головний результат роботи будь-якого підприємства відображається встановленням рівня ефективності його господарської діяльності. Такими показниками є коефіцієнти рентабельності, окупності та покриття витрат господарської діяльності.

Аналіз головних показників рентабельності підприємства ТОВ «Уапром» будемо здійснювати виходячи з даних таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Показники рентабельності підприємства ТОВ «Уапром»

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.
	2016	2017	2018	2019	2020	
Рентабельність операційної діяльності	2,15	2,77	2,69	3,03	2,09	-0,06
Рентабельність господарської діяльності	2,17	2,76	2,65	3,10	1,94	-0,23
Рентабельність підприємства	1,67	2,16	2,17	2,54	1,55	-0,12
Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції	1,69	2,16	2,19	2,51	1,56	-0,13
Рентабельність активів	3,69	4,53	4,88	6,63	3,79	0,10
Рентабельність виручки від операційної діяльності	2,11	2,69	2,62	2,94	2,05	-0,06
Коефіцієнт покриття виробничих витрати	0,09	0,09	0,11	0,21	0,55	0,46
Коефіцієнт покриття витрат операційної діяльності	0,98	0,97	0,97	0,97	0,98	0,00
Коефіцієнт покриття адміністративних витрати	0,44	0,43	0,42	0,30	0,06	-0,38
Коефіцієнт покриття витрат на збут	0,44	0,43	0,43	0,45	0,36	-0,08
Співвідношення адміністративних витрат і собівартості реалізованої продукції	4,88	4,72	3,62	1,44	0,10	-4,78
Співвідношення витрат на збут і собівартості реалізованої продукції	4,94	4,71	3,74	2,16	0,66	-4,28
Частка адміністративних витрат в структурі операційних витрат	0,43	0,43	0,41	0,30	0,06	-0,37
Частка витрат на збут в структурі операційних витрат	0,44	0,43	0,43	0,46	0,36	-0,08
Коефіцієнт покриття активів	0,46	0,48	0,45	0,38	0,41	-0,05
Рентабельність власного капіталу	0,19	0,23	0,26	0,37	0,32	0,13
Коефіцієнт покриття власного капіталу	0,09	0,09	0,08	0,07	0,05	-0,04
Загальна економічна Рентабельність	4,84	5,94	6,18	8,08	4,75	-0,09
Рентабельність реалізації продукції	3,44	4,18	4,14	3,82	3,51	0,07

Джерело: складено автором

Результати проведеного аналізу показали, що підприємств є ефективним. Індикатори рентабельності господарської та операційної, діяльності підприємства мають загалом позитивне значення. Підприємство, зокрема, достатньо ефективно використовує власні активи (майно), а значення відповідного індикатора склало 3,79 у 2020 р., що на 0,10 пунктів більше, ніж у 2016 р. Негативна тенденція спостерігається у динаміці покриття

адміністративних та збутових витрат підприємства, що відобразилось на скорочення відповідних коефіцієнтів на 0,38 та 0,08 пункти відповідно.

Рентабельність не запозиченого капіталу показує, яка норма прибутку на вкладений власний капітал. Важливе завдання для керівників підприємства – максимізувати покращення цього показника. Згідно з даними, за розглянутий період значення цього індикатора стало 0,32 %, тобто на 0,13 пунктів більше.

Таким чином, можна стверджувати, за результатами проведеного аналізу, що досліджуване підприємство ТОВ «Уапром» є потужною ІТ-компанією, що слід вважати спільним українсько-білорусько-казахським підприємством. Підприємство є прибутковим, оскільки у 2020 р. обсяг чистого фінансового результату склав 16880 тис.грн. Водночас, ТОВ «Уапром» здатне відповідати за своїми зобов'язаннями та відрізняється достатньо високим рівнем ліквідності майна. Підприємство є фінансово залежним від зовнішніх позикових ресурсів, що негативно відображається на його фінансовій стабільності. Також, можна стверджувати про надзвичайно низький рівень рентабельності та ефективності господарської діяльності підприємства ТОВ «Уапром».

1.2. Дослідження ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Дослідження показали, що в основі господарської діяльності ІТ-компанії є реалізація різноманітних проектів, пов'язаних з просуванням торговельних майданчиків на замовлення провідних вітчизняних та міжнародних виробничо-торговельних компаній та інтернет-магазинів. Фактично, ТОВ «Уапром» просуває послуги з міжнародного ІТ-аутсорсингу, що і є основою зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

В умовах глобалізації, міжнародні компанії передають другорядні задачі в діяльності організації до спеціалізованих агентств (зовнішніх підрядчиків) частіше, для зниження витрат на виробничі процеси та підвищення власної

конкурентоспроможності на ринку. Зазначена практика має назву аутсорсинг. Таким чином, ТОВ «Уапром» є компанією-аутсорсером, яка надає послуги з розробки ІТ-систем інтернет-торгівля для мінародних торговельних компаній.

Сутність ІТ-аутсорсингу в загальному вигляді полягає у тому, що другорядні, або технічні, функції передаються професійним партнерам, в розпорядженні яких є висококваліфіковані кадри, в тому числі ТОВ «Уапром», а іноземна організація отримує можливість зосередитись на тій її складовій бізнесу, яка є основною, визначальною та найбільш важливою.

Мотиви та користь від укладення аутсорсингових договорів у зовнішньоекономічній діяльності ТОВ «Уапром» наведено в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Мотиви та користь від укладення аутсорсингових договорів у
зовнішньоекономічній діяльності ТОВ «Уапром»

Назва	Характеристика
Мотиви	– скорочення та контроль витрат в системі інтернет-торгівлі; – доступ до світових ІТ-технологій; – відсутність на підприємствах знань та технологій, що необхідні; – залучення висококваліфікованих кадрів;
Користь	– швидка адаптація до змін попиту; – велика гнучкість та оптимізація процесу інтернет-торгівлі; – розподіл виробничого процесу між спеціалізованими підприємствами-аутсорсерами; – суттєве посилення міжнародної конкурентоспроможності.

Джерело: складено автором

Проте, на відміну до значних переваг бізнес-моделі міжнародного аутсорсингу також є цілий ряд ризиків для ТОВ «Уапром». Зачасту ці ризики пов'язані з вірогідними проблемами при підписанні договорів та укладанні контрактів, адже такого роду контракти повинні враховувати можливі зміни в потребах обох партнерів та бути взаємовигідними. Окрім цього, є шанс, що компанія-партнер ТОВ «Уапром» може стати конкурентом, змінивши галузь спеціалізації або використовуючи більш технологічні ноу-хау та політику організацій, для того, щоб досягнути конкурентних переваг та увійти в відповідний бажаний ринок.

Узагальнюючи ризики міжнародного ІТ-аутсорсингу, спеціалісти компанії ТОВ «Уапром» висунули глибокий список ризиків, які пов'язані з такою діяльністю безпосередньо ТОВ «Уапром». Дані ризики включають різні види бізнес, правових, політичних, трудових, соціальних і матеріально-технічних ризиків, і вони представлені в таблиці 1.9.

Таблиця 1.9

**Ризики послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу, як об'єкту
зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром»**

Типи ризиків	Зразок ризику
Бізнесові	• низька якість загальної економіки • відсутність сучасної розробки ІТ-проектів • зрив термінів виконання замовлень
Логістичні	• координаційні подорожі • управління іт-командами, що знаходяться віддалено • різниця часових поясів
Трудові	• текучість кадрів серед розробників ІТ-проектів • вигорання найманих у аусорсі працівників • низька кваліфікація працівників постачальника • погані уміння спілкування співробітників постачальника
Соціальні	• культурні різниці співробітників • календарна різниця в святах
Політичні	• сприймання непатріотичним відхід від внутрішнього ІТ-персоналу • загрози певними податками компаніям, які використовують аутсорсинг та оффшоризацію, від політиків; • політична нестабільність у оффшорних країнах; • політична нестабільність між аутсорсинговою країною та головним офісом компанії в іншій країні
Юридичні	• жорсткі закони про працю • зміни в міжнародному податковому законодавстві, які впливають на заощадження та можуть їх істотно зменшити • негнучкі контракти з замовниками ІТ-послуг • недотримання конфіденційності • неефективна судова системи в офшорній місцевості • посягання на права інтелектуальної власності • обмеження в експорті

Джерело: складено автором

За результатом дослідження в свою чергу виділено та систематизовано ряд стратегічних стимулів та чинників сприйняття ризиків послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу, як об'єкту зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром». Головні стратегічні стимули розвитку послуг міжнародного ІТ-

аутсорсингу, як об'єкту зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром» представлено у табл. 1.10.

Таблиця 1.10

Головні стратегічні стимули розвитку послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу, як об'єкту зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром»

Стратегічні стимули міжнародного ІТ-аутсорсингу	Відсоток респондентів, що зазначили фактор, як важливий
Скорочення витрат	92
Тиск від конкурентів	63
Покращення сервісу	54
Вдосконалення доступу до кваліфікованого персоналу	52
Переміна у правилах	40
Практика галузі	36
Зміна процесів у бізнесі	34
Доступність нових ринків	31
Підвищення надлишковості системи	24

Джерело: складено автором

В процесі анкетування було досліджено думку 50-ти керівників структурних підрозділів та фахівців у сфері ІТ-послуг досліджуваного підприємства ТОВ «Уапром». Зокрема в табл. 1.10 визначено, що головним стратегічним стимулом для розвитку послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу, як об'єкту зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром» є необхідність зменшити затрати (92% респондентів). Також важливим фактором було названо конкурентний тиск 63%, покращення сервісу та рівня обслуговування 54%, а також необхідність збільшення доступу до висококваліфікованого персоналу з 52%.

Ступень значущості основних видів ризиків міжнародного ІТ-аутсорсингу за їх сприйняттям серед керівництва підприємства ТОВ «Уапром» представлено у табл. 1.11. Вона представляє ризики міжнародного ІТ-аутсорсингу для компанії ТОВ «Уапром». Низька якість обслуговування була згадана 62% респондентів в якості найбільш важливого ризику аутсорсингової діяльності. Крім того, респондентами згадувалася культурна різниця 54% та ризик втрати контролю 51%.

Таблиця 1.11

Ступень значущості основних видів ризиків міжнародного ІТ-аутсорсингу за їх сприйняттям серед керівництва підприємства ТОВ «Уапром»

Ризик	Респонденти, що визнають ризик значимим (%)
Низька якість обслуговування міжнародних клієнтів	62
Велика різниця культур	54
Погіршення контролю	51
Втрата міжнародного клієнта	49
Неможливість надання інформаційної безпеки	46
Зменшення морального духу	45
Плинність кадрів в офшорних сервісних центрах	44
Оперативна неефективність	41
Нестабільність інфраструктури в країні, що приймає	40
Втрата інтелектуальної власності	39
Політична нестабільність в країні, що приймає	39
Політичний люфт	35
Аварійне відновлення	26

Джерело: складено автором

З метою визначення конкретних об'єктів зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно провести аналіз головних проектів у сфері ІТ-аутсорсингу, які реалізуються ТОВ «Уапром» (табл. 1.12).

Таблиця 1.12

Головні проекти у сфері ІТ-аутсорсингу, які реалізуються ТОВ «Уапром»

Назва проекту	Характеристика
1. Внутрішній ІТ-аутсорсинг	
Prom.ua	Prom – маркетплейс виробництва України, проект ІТ-компанії EVO. Для покупців вдалося зібрати більше 1000000 товарів та підприємці можуть самостійно створювати на платформі інтернет-магазини і показувати свої товари в загальному каталозі.
Bigl.ua	Bigl.ua - український маркетплейс, проект ІТ-компанії EVO. У 2020 році на маркетплейсах холдингу (Prom.ua, Bigl, Crafta, Shafa, Kabanchik) склав 9,3 млрд грн. Це на 54 % більше ніж у 2019 році.
Crafta.ua	Crafta.ua - це онлайн-платформа для продажу авторських виробів та предметів колекціонування. Всі товари на майданчику об'єднує одна спільна риса - унікальність, тут кожна річ має свою історію.
Shafa.ua	Shafa.ua - сервіс, в якому можна купити або продати брендові речі за доступними цінами за допомогою смартфона.
Kabanchik.ua	Kabanchik.ua - онлайн сервіс пошуку приватних фахівців для вирішення побутових і бізнес задач. Майданчик об'єднує замовників послуг, яким необхідно виконати будь-яку роботу, і компетентних фахівців, які шукають підробіток або додатковий заробіток.

2. Міжнародний ІТ-аутсорсинг	
Satu.kz	Satu.kz - казахстанський маркетплейс, де 18 тисяч інтернет-підприємців продають більше 10 мільйонів товарів і послуг. Satu міцно утримується в десятці найбільш відвідуваних сайтів країни. На інтернет-майданчику підприємці створюють інтернет-магазини і розміщують товари в каталозі. Покупці можуть знайти і купити будь-який потрібний товар: від дитячих іграшок до автомобіля.
Deal.by	Deal.by - білоруський маркетплейс, де представлені мільйони товарів і послуг від компаній і приватних осіб. Інтернет-майданчик допомагає людям по всій країні продавати і купувати в інтернеті. На цьому майданчику підприємці створюють інтернет-магазини і розміщують пропозиції в каталозі. Покупці можуть знайти і купити будь-який потрібний товар: від дитячого конструктора до баштового крана.

Джерело: складено автором

Отже, результати проведеного аналізу засвідчили, що основою здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром» є надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу з просування торговельних інтернет платформ в Казахстані - Satu.kz та Білорусі - Deal.by.

На рис. 1.1. представлена динаміка обсягів зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» у 2016-2020 рр.

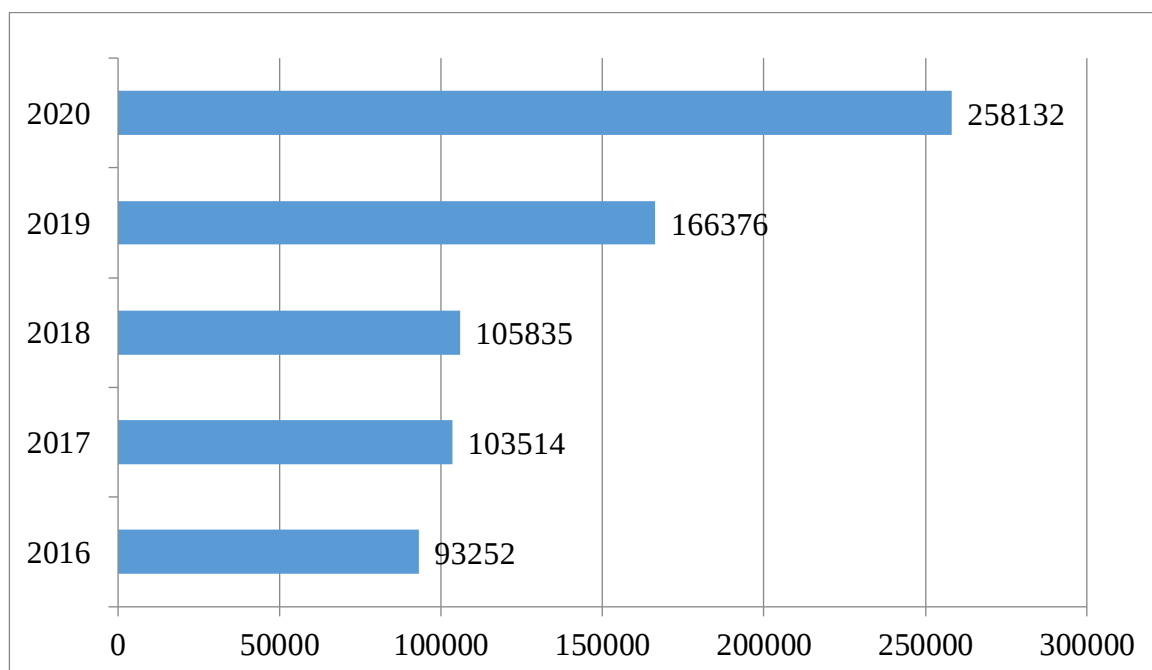


Рис. 1.1. Динаміка обсягів зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» у 2016-2020 рр., тис.грн.

Джерело: складено автором

Аналіз показав, що протягом 2016-2020 рр. відбулося загальне зростання обсягів зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аудиторсингу ТОВ «Уапром». Найбільше зростання обсягів таких операцій зафіксовано у 2019-2020 рр. на рівні 166376 тис.грн. та 258132 тис.грн. відповідно.

Динаміка структури чистих доходів ТОВ «Уапром» у цілому та від зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аудиторсингу зокрема у 2016-2020 рр. наведено в табл. 1.13.

Таблиця 1.13

Динаміка структури чистих доходів ТОВ «Уапром» у 2016-2020 рр.

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Чистий дохід від надання послуг, тис. грн.	397665	433658	478460	671956	924540	526875	132,49
Чистий дохід від ЗЕД, тис. грн.	93252	103514	105835	166376	258132	164879	176,81
Частка чистого доходу від ЗЕД у загальному чистому доході, %	23,45	23,87	22,12	24,76	27,92	4,47	19,06
Чистий дохід від надання послуг на внутрішньому ринку, тис. грн.	304413	330144	372625	505580	666408	361996	118,92
Частка чистого доходу від надання послуг на внутрішньому ринку у загальному чистому доході, %	76,55	76,13	77,88	75,24	72,08	-4,47	-5,84

Джерело: складено автором

На основі даних табл. 1.13 можна стверджувати, що на підприємстві чистий дохід від ЗЕД (надання послуг міжнародного ІТ-аудиторсингу) зростав впродовж 2016–2020 рр. та у 2020 р. склав 258132 тис.грн., що на 164879 тис.грн., або на 176,81 % більше, ніж у 2016 р. У загальному чистому доході підприємства у 2020 році частина чистого доходу від ЗЕД становила 27,92 %, що на 4,47 % більше, ніж у 2016 році. Згідно цього, частка чистого доходу на внутрішньому ринку від надання послуг у загальному доході скоротилась і становила у 2020 р. 72,08 %.

Видова структура зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» у 2016–2020 рр. наведена в табл. 1.14.

Таблиця 1.14

Видова структура зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» та динаміка чистих доходів у 2016–2020 рр., тис.грн.

Вид міжнародних послуг (країна)	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
ІТ-аутсорсинг маркетплейс Satu.kz (Казахстан)	69119	75793	78085	124566	204363	135244	195,67
ІТ-аутсорсинг маркетплейс Deal.by (Білорусь)	24134	27721	27750	41810	53769	29635	122,80
Чистий дохід від ЗЕД	93252	103514	105835	166376	258132	164879	176,81

Джерело: складено автором

На основі даних табл. 1.14 визначено, що найбільший обсяг чистого доходу від ЗЕД (послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу) ТОВ «Уапром» отримано від ІТ-аутсорсингу маркетплейс Satu.kz (Казахстан), а саме 204363 тис. грн. у 2020 р., що на 135244 тис.грн., або на 195,67 % більше, ніж у 2016 р. Від послуг ІТ-аутсорсингу маркетплейс Deal.by (Білорусь) отримано чистого доходу на суму 53769 тис. грн. у 2020 р., що на 29635 тис.грн., або на 122,80 % більше, ніж у 2016 р.

Структура отриманого чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» у 2016–2020 рр. наведена у табл. 1.15.

Таблиця 1.15

Структура отриманого чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» у 2016–2020 рр., %

Вид міжнародних послуг (країна)	Роки					2020 р. до 2016 р., пунктів структури
	2016	2017	2018	2019	2020	
ІТ-аутсорсинг маркетплейс Satu.kz (Казахстан)	74,12	73,22	73,78	74,87	79,17	5,05

Продовження таблиці 1.15

ІТ-аутсорсинг маркетплейс Deal.by (Білорусь)	25,88	26,78	26,22	25,13	20,83	-5,05
Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	X

Джерело: складено автором

Зауваживши дані аналізу, можна сказати що найбільша частка чистого доходу від зовнішньоекономічної діяльності підприємства у 2020 р. була забезпечення експортом послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу до Казахстану, а саме 79,17 %. Водночас, ІТ-аутсорсинг маркетплейс Deal.by (Білорусь) становив 20,83 % питомої ваги таких послуг.

Проаналізуємо ефективність здійснення зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» у 2016–2020 рр. за допомогою даних таблиці 1.16.

Таблиця 1.16

Динаміка показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» за 2016-2020 рр.

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Чистий дохід від здійснення ЗЕД, тис. грн.	93252	103514	105835	166376	258132	164880	176,81
Повні витрати при здійсненні ЗЕД, тис.грн.	91611	102355	104586	163298	252634	161023	175,77
Чистий прибуток від здійснення ЗЕД, тис.грн.	1641	1159	1249	3078	5498	3857	235,00
Витратомісткість здійснення ЗЕД, %	98,24	98,88	98,82	98,15	97,87	-0,37	X
Рентабельність чистого прибутку від ЗЕД, %	1,76	1,12	1,18	1,85	2,13	0,37	X

Джерело: складено автором

Аналізуючи дані таблиці 1.16 можна зазначити, що має тенденцію до зростання чистий дохід від здійснення ЗЕД, а саме на 164880 тис.грн., або на 176,81 % у порівнянні з 2016 р. Також повні витрати при здійсненні ЗЕД підприємства збільшились на 161023 тис.грн., або на 175,77 %, що у 2020 р. становило 252634 тис.грн. Зовнішньоекономічна діяльність з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» є прибутковою, оскільки чистий

фінансовий результат від такої діяльності у 2020 році склав 5498 тис.грн., що на 3857 тис.грн., або на 235,0 % більше, ніж на початок розглянутого періоду. Витратомісткість здійснення ЗЕД, яка показує ступінь покриття повних витрат отриманими чистими доходами, при здійсненні діяльності, у 2020 р. становила 97,87 %, що на 0,37 пунктів менше, ніж у 2016 р. У 2020 році рентабельність чистого прибутку від ЗЕД становила лише 2,13 %, тобто є достатньо малою. Таким чином, здійснення зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» є недостатньо прибутковою та потребує розробки дієвих заходів щодо підвищення ефективності в майбутньому.

1.3. Оцінювання ефективності створення спільних підприємств

Спільні підприємства, відповідно до ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», є незалежними учасниками відносин ЗЕД і визначаються як підприємства, засновані на спільному капіталі суб'єктів господарювання України та зовнішньоекономічних суб'єктів, на спільному управлінні та спільному розподілі результатів та ризиків [22].

Враховуючи класифікацію, передбачену Господарським кодексом України, спільні підприємства можна класифікувати як підприємства на основі змішаної форми власності, оскільки вони також створюються шляхом об'єднання різних форм власності та їх майна. Проте вони являються різними, так як спільні підприємства складають особливу групу таких підприємств - серед їх засновників має бути іноземне підприємство [10, с.45].

Створюючи спільне підприємство, кожен з партнерів має свої власні цілі. Українських партнерів насамперед цікавлять фінансові ресурси, використання нового обладнання та технологій, досвід управління, комплектуючі та матеріали, що має сприяти розвитку експортного потенціалу, підвищенню конкурентоспроможності продукції, а також зменшенню різних ризиків. У свою чергу, іноземні партнери у створенні спільних підприємств дбають лише про

свої інтереси, які полягають у освоєнні нових ринків збуту, скороченні виробничих витрат, використанні дешевої робочої сили, отриманні нових технологій тощо. Необхідність створення спільних підприємств виникає в силу ряду економічних умов, і кожен з партнерів має свої мотиви (рис. 1.2).

Стратегії та мотиви створення спільних підприємств у зовнішньоекономічній діяльності суб'єктів господарювання	
Стратегія	Мотиви
Підвищення ефективності виробництва	- скорочення обсягу витрат капіталу при створенні нових потужностей виробництва; - підвищення ефективності діючого виробництва маркетингу, збуту продукції; - доступ до більш дешевих факторів виробництва; - підвищення рентабельності завдяки економному витрачання ресурсів; - використання нової технології й організації праці; - спрощення обміну патентами, ліцензіями, ноу-хау.
Розширення операцій	- проникнення на новий споживчий ринок; - вступ до нової сфери діяльності; - придбання нової виробничої бази або нових каналів збуту; - розширення і диверсифікація існуючого виробництва шляхом випуску нових товарів, виходу в інші сфери економіки.
Зменшення ризику	- отримання додаткової інформації і додаткових інвестицій; - розширення можливостей реалізації товарів, послуг завдяки виходу на новий ринок; - застосування вже раніше випробуваних методів виробництва, управління реалізацією.
Розвиток завдяки залученню інвестицій, технологій, кваліфікації	- отримання додаткових грошових коштів, капіталу; - отримання нової технології, ноу-хау; - придбання управлінського досвіду; - розширення експорту; заміщення імпорту; - навчання і підготовка кваліфікованих кадрів; - залучення кваліфікованих працівників.
Включення в міжнародний розподіл праці	- робота на основі ліцензій; - використання деталей і вузлів зарубіжних виробників; - науково-технічне обслуговування.

Рис. 1.2. Стратегії та мотиви створення спільних підприємств у зовнішньоекономічній діяльності суб'єктів господарювання

Джерело: складено автором

Українське законодавство визнає дві форми спільного підприємництва [8]:

- спільне підприємство як кооперативну ділову діяльність без створення юридичної особи (тобто, некомерційне спільне підприємство);

- спільне підприємство як окрема юридична особа (тобто об'єднане спільне підприємство).

Зареєстроване спільне підприємство - це спільне підприємство, зареєстроване на основі спільного капіталу двох або більше суб'єктів господарювання. Спільні підприємства зазвичай створюють у форматі товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) або акціонерного товариства в Україні [1, с.166].

Нереєстроване спільне підприємство широко використовується в державно-приватних партнерствах в Україні, де інвестор прагне отримати прибуток за рахунок державних ресурсів або майнових прав за договірними угодами, зокрема для різних галузей. Найпоширенішими галузями такої співпраці є сільське господарство, ІТ, консалтингові послуги та машини.

Витрати на наукові дослідження можуть відбутися доволі великими для крупної компанії також. Тому спільні підприємства в більшості інцидентів мають розподіляти між собою і ризики у процесі формування концепцій та розробок на саме виробництва і розкидати безпосередньо витрати [15, с.206].

Порядок створення спільних підприємств представлено на рис. 1.3.

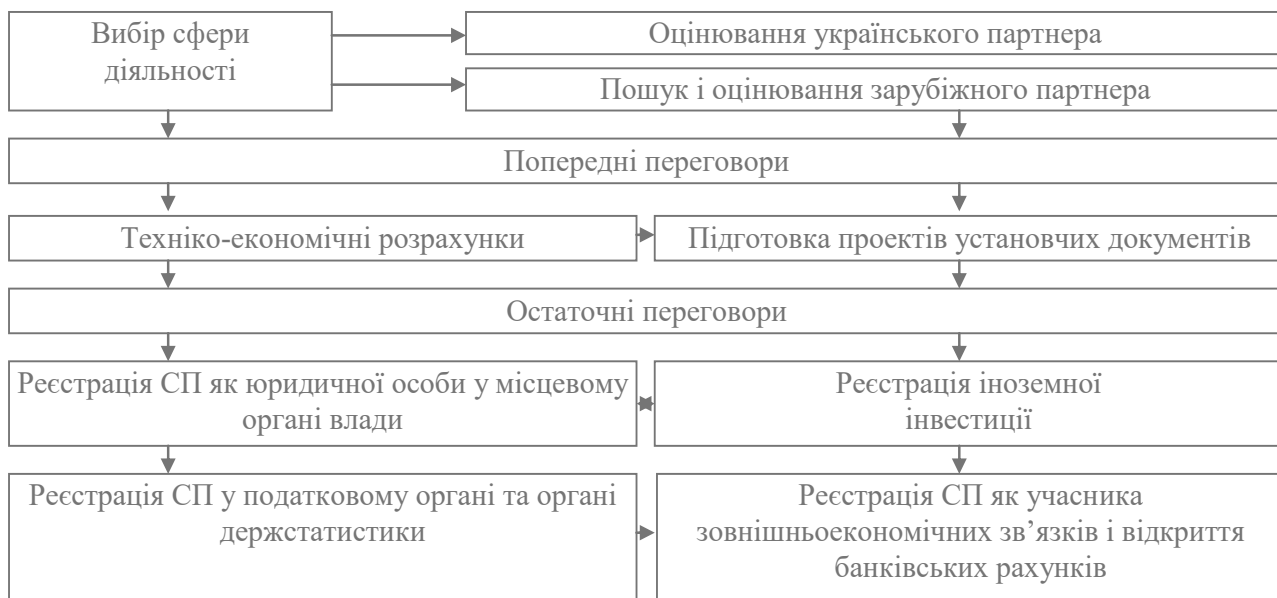


Рис. 1.3. Порядок створення спільних підприємств

Джерело: складено автором

На сьогоднішній день суттєвої ваги з боку світової економіки набуває кооперація, яка здійснюється через спільні форми господарської діяльності [21, с.93]. В Україні вже намітилися певні тенденції щодо розвитку міжнародних спільних підприємств. Основними з них треба вважати наступні (рис. 1.4).

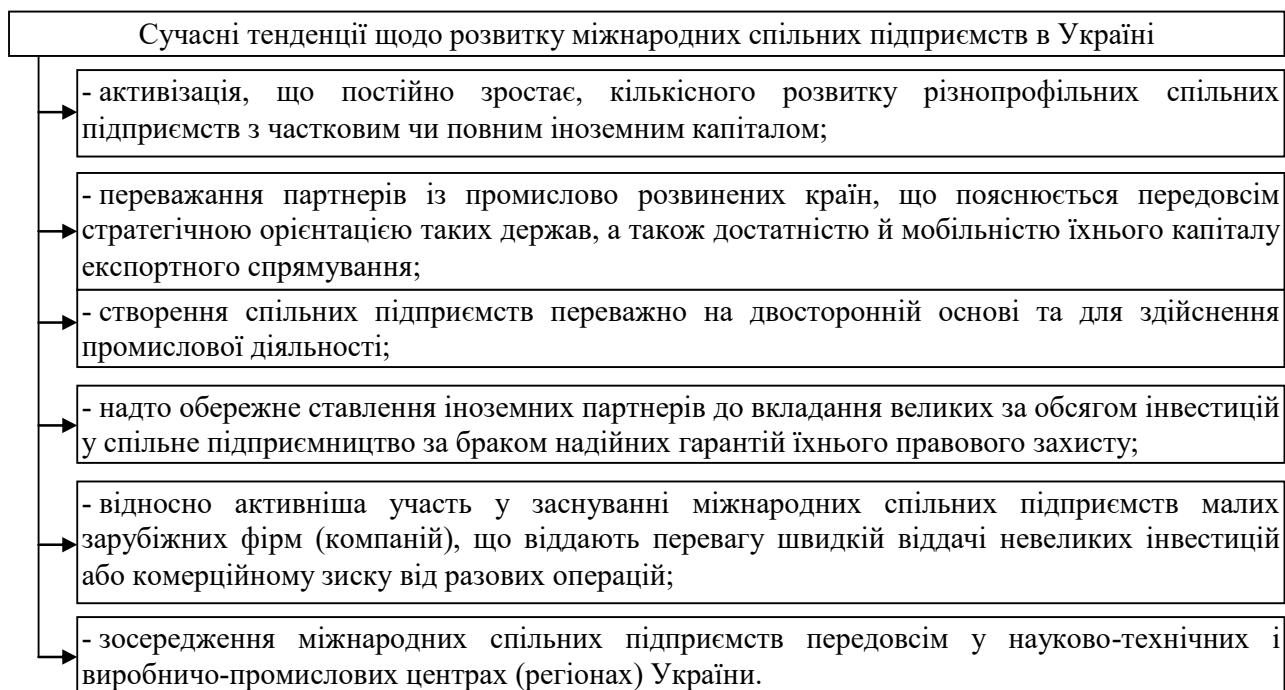


Рис. 1.4. Сучасні тенденції щодо розвитку міжнародних спільних підприємств в Україні

Джерело: складено автором

Дослідження показали, що сьогодні спільні підприємства проводять свою діяльність здебільшого у таких галузях, як торгівля всередині країни (22,4%), харчова промисловість (14,5%), металообробка і машинобудування (12,8%), металургія (5,0%), торгівля з іншими країнами (4,4%), транспортне сполучення і зв'язок (4,1%), легка промисловість (4,0%), промисловість хімічна (3,9%), будівництво (3,7%). Питома вага внесків іноземних інвесторів у статутні фонди спільних підприємств приміряється приблизно у 80% від всього обсягу прямих іноземних інвестицій в українську економіку [23].

Іноземні інвестиції у формі спільних підприємств розподіляються за регіонами України вкрай нерівномірно. Загалом оглядаючи надані прагнення щодо кількості вкладеного капіталу з інших країн у рамках спільних

підприємств можна зробити висновок про інвестиційну привабливість різних регіонів України [26].

На основі інформації Державної служби статистики України розраховано показники, що відображають розподіл спільних підприємств за галузями народного господарства (табл. 1.17).

Таблиця 1.17

Розподіл спільних підприємств України за галузями
народного господарства у 2020 р.

Галузі	Кількість СП	
	всього	%
Індустрія	1828	25,4
Агрономія	153	2,1
Лісництво	19	0,3
Транспортування	182	2,5
Забудівля	584	8,1
Торг і харчування громадськості	3076	42,8
Технічне надходження і продаж	60	0,8
Заготівля	75	1,0
ІТ-обслуговування	44	0,6
Купівля та продаж нерухомого майна	42	0,6
Загальне комерційна діяльність	165	2,3
Геологія та розвідування надр	6	0,1
Побутове обслуговування	209	2,9
Інші види діяльності	64	0,9
ЖКГ	15	0,2
Побутове обслуговування невиробничого характеру	33	0,5
Охорона здоров'я, фізична культура та соц. забезпечення	202	2,8
Освіта	44	0,6
Мистецтво	40	0,6
Наукове обслуговування	276	3,8
Фінансування та кредитування	37	0,5
Управління	34	0,5
Об'єднання громадян	5	0,1
Всього	7193	100,0

Джерело: складено автором за [6]

Найбільше спільних підприємств, а точніше чверть від усіх, працює у галузі індустрії та промисловості - 1828, у харчуванні громадськості та галузі торгівлі - 3076 (42,8%) і у забудівлях - 584 (8,1%). Доволі маленькою все ще є кількість спільних підприємств, які працюють серед сільськогосподарських

послуг, незважаючи що потенційні можливості даної галузі оцінюються як досить високі [6].

Оскільки створення спільних підприємств окреслює використання коштів наданих іншими країнами, то важливим буде поглянути на кількість інвестицій у спільних підприємствах в Україну з зовнішньоекономічної діяльності, що наведено на рис. 1.5.

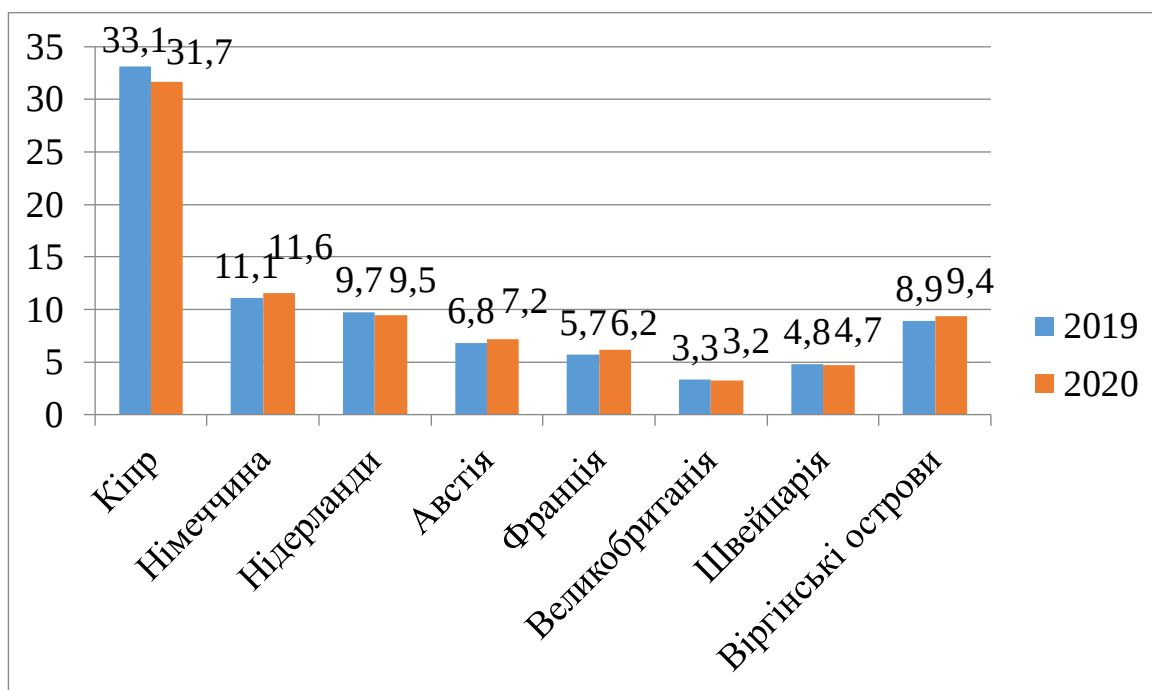


Рис. 1.5. Розподіл прямих іноземних інвестицій за основними країнами-інвесторами у створення спільних підприємств в Україні у 2019-2020 рр., у % до загального обсягу

Джерело: складено автором за [5]

Так, станом на кінець 2020 р. у створення спільних підприємств з 125 країн були надані інвестиції на 56,7 млрд дол. США. До основних країн-інвесторів належать Кіпр – 33,7 % до загального обсягу інвестицій, Німеччина – 11,6 %, Нідерланди – 9,5 %, Австрія – 7,2 %, Франція – 6,2 %, Сполучене Королівство – 3,2 %, Швейцарія – 4,7 %, Британські Віргінські острови – 9,4 %. Таким чином, найбільша питома вага інвестицій у спільні підприємства надходить з провідних офшорних зон (Кіпр, Віргінські острови тощо) [5].

Спільні підприємства традиційно вважаються активними учасниками

зовнішньоекономічної діяльності, оскільки здійснюють експортно-імпортні операцій з товарами та послугами. Динаміка обсягів експорту та імпорту спільних підприємств України у 2016-2020 рр. представлено на рис. 1.6.

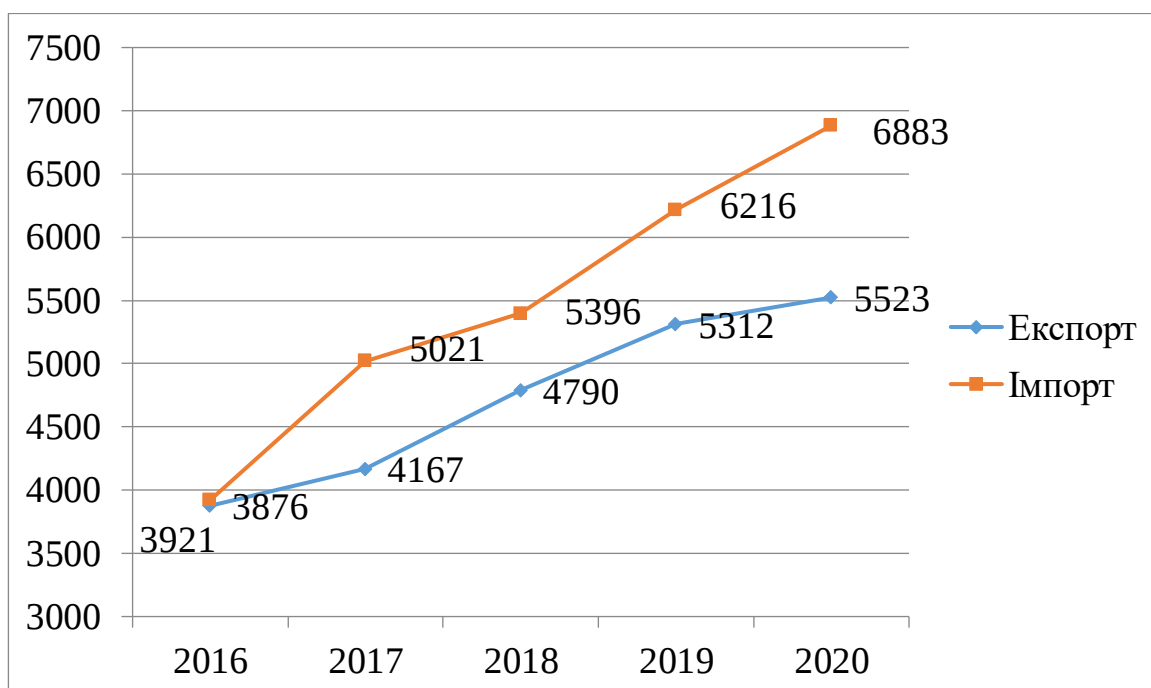


Рис. 1.6. Динаміка обсягів експорту та імпорту спільних підприємств України у 2016-2020 рр., млн.дол.США

Джерело: складено автором за [5]

Слід зазначити, що протягом 2016–2020 рр. прослідковується невисоке збільшення експорту та стрімке нарощення імпорту товарів спільними підприємствами, що несе за собою щорічне збільшення сальдо та має негативний характер для економіки країни. Зокрема, експорт товарів спільними підприємствами з України у 2020 р. становив 5523 млн. дол., що на 211 млн. дол. більше, ніж у 2019 р. (4,0 %). Імпорт збільшився на 667 млн. доларів порівняно з 2019 р. (10,7 %) та у 2020 р. становив 6883 млн. дол. Сальдо ЗЕД в розрізі спільних підприємств у 2020 р. становило (-1360) млн дол., причому кожного року воно збільшується [5].

Динаміка основних показників ефективності розвитку спільних підприємств України у 2016-2020 рр. представлено у табл. 1.18.

Таблиця 1.18

Динаміка основних показників ефективності розвитку спільних підприємств
України у 2016-2020 рр.

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Кількість суб'єктів господарювання, од.	7002	6993	7034	7115	7193	191,00	2,73
Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, тис.осіб	833,2	824,4	827,1	866,2	914,5	81,30	9,76
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн.грн.	57164	68770	84670	101488	107254	50090,00	87,63
Додана вартість за витратами виробництва, млн.грн.	13962	18055	22572	25106	29736	15774,00	112,98
Собівартість реалізованої продукції (товарів, послуг), млн.грн.	55243	65937	81520	96546	101527	46284,00	83,78
Чистий фінансовий результат суб'єктів господарювання, млн.грн.	1921	2833	3150	4942	5727	3806,00	198,19
Рентабельність господарської діяльності суб'єктів господарювання, %	3,36	4,12	3,72	4,87	5,34	1,98	x

Джерело: складено автором за [6]

За результатами проведеного аналізу визначно, що загальна кількість спільних підприємств в Україні в останні чотири роки зростає. Водночас, відбулося збільшення кількості зайнятих працівників у суб'єктів господарювання на 81,3 тис.осіб, або на 9,76 %, що склало 914,5 тис.осіб. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) у 2020 р. склав 107254 млн.грн., що на 50090 млн.грн., або на 87,63 % більше, ніж у 2016 р. Як позитивне слід відзначити зростання рівня прибутковості спільних підприємств на 3806 млн.грн., або на 198,19 %, що у 2020 р. становило 5727 млн.грн. Діяльність спільних підприємств в Україні є ефективною, оскільки рентабельність

господарської діяльності суб'єктів господарювання становила 5,34 %, що на 1,98 пунктів більше, ніж у 2016 р.

В контексті проблематики дослідження доцільно провести аналіз основних показників діяльності спільних підприємств у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу, що представлено у табл. 1.19.

Таблиця 1.19

Динаміка основних показників розвитку спільних підприємств України у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу у 2016-2020 рр.

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+, -	%
Кількість суб'єктів господарювання, од.	23	25	24	29	33	10,00	43,48
Обсяг наданих послуг, млн.грн.	125,76	145,12	146,23	158,73	199,34	73,58	58,51
Чистий фінансовий результат суб'єктів господарювання, млн.грн.	44,12	39,87	40,31	45,78	50,05	5,93	13,44
Рентабельність господарської діяльності суб'єктів господарювання, %	35,08	27,47	27,57	28,84	25,11	-9,97	-28,43
Обсяги прямих іноземних інвестицій у створення спільних підприємств, тис.дол.США	555,78	568,12	573,98	579,03	588,17	32,39	5,83
Обсяги імпорту послуг, тис.дол.США	15,76	17,98	23,63	27,85	35,18	19,42	123,22
Обсяги експорту послуг, тис.дол.США	67,45	78,12	85,46	94,33	101,16	33,71	49,98

Джерело: складено автором за [6]

Аналіз показав, що у 2020 р. загальна кількість спільних підприємств у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу склала 33 од., що на 10 од, або на 43,48 % більше, ніж у 2016 р. Обсяг наданих спільними підприємствами послуг у 2020 р. склав 199,34 млн.грн., що на 73,58 млн.грн., або на 58,51 % більше, ніж у 2016 р. Чистий фінансовий результат має тенденцію до зростання на 5,93 млн.грн. Слід зазначити, що у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу спостерігається переважання експортних операцій підприємств над імпортними, що відображається у зростанні позитивного сальдо

зовнішньоторговельних операцій суб'єктів господарювання, яке у 2020 р. становило 65,98 тис.дол.США.

Місце ТОВ «Уапром» в структурі найбільших спільних підприємств України у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу у 2020 р. представлено на рис. 1.7.

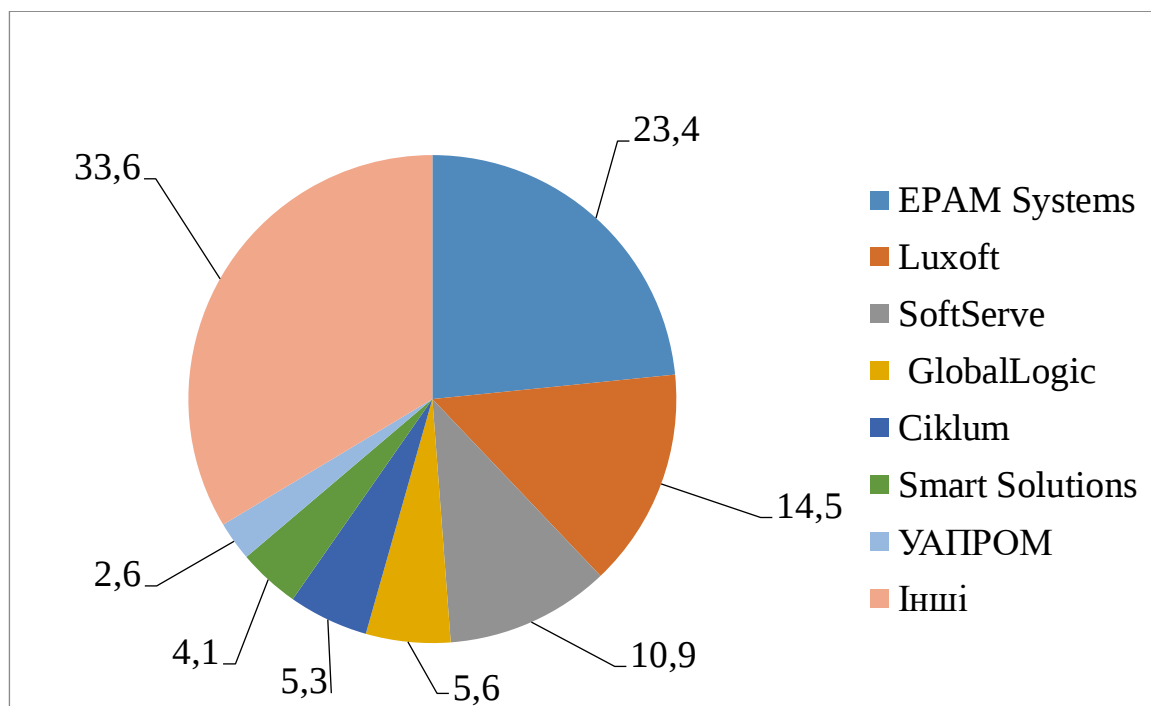


Рис. 1.7. Місце ТОВ «Уапром» в структурі найбільших спільних підприємств України у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [5]

Можна стверджувати, що точно визначити, яка кількість підприємств на території України, котрі надають послуги ІТ-аутсорсингу в інших країнах, та спеціалістів, яких вони наймають, доволі важко, беручи в увагу специфіку бізнесу. Виходячи з цього оцінити ситуацію можна лише переглядаючи діяльність великих публічних компаній. Так майже 60% кількості забезпечених робочих місць серед великих аутсорсингових компаній, які у 2020р. надали місця більше 20 тис. співробітників, припадає на п'ятірку лідерів. Водночас, компанія ТОВ «Уапром» у 2020 р. займала 2,6 % вітчизняного ринку послуг ІТ-аутсорсингу, що слід вважати досить вагомим досягненням.

Висновки до розділу 1

Згідно дослідження, що було проведено, на тему ефективності створення та діяльності спільного підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що ТОВ «Уапром» - це спільна українсько-білорусько-казахська ІТ-компанія, яка об'єднує 1230 співробітників, реалізовує 15 міжнародних проектів та обслуговує 28 млн. замовлень на рік. Місія ТОВ «Уапром» - створювати можливості для розвитку підприємництва. Компанія робить торгові онлайн-площадки замовлення послуг і шопінгу: Deal.by, Satu.kz, Prom.ua, Bigl.ua, Kabanchik.ua, Shafa.ua, Crafta.ua, IZI.ua.

2. За результатами проведеного аналізу визначено, що підприємство постійно нарощує обсяги господарської діяльності. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції у 2020 р. збільшився на 526875 тис.грн., або порівняно з 2016 р. на 132,49 %. Така ж тенденція зберігається і стосовно збільшення показників валового прибутку з 362109 тис. грн. у 2016 р. до 417953 тис.грн. у 2020 р., тобто на 55844 тис.грн., або на 14,42 %. Підприємство є прибутковим, оскільки у 2020 р. обсяг чистого фінансового результату склав 16880 тис.грн., при чому за останні п'ять років відбулося його збільшення на 7705 тис.грн., або на 114,45 %.

3. Встановлено, що ТОВ «Уапром» може відповідати за своїми зобов'язаннями та різниться доволі високим рівнем ліквідності майна. Підприємство є фінансово залежним від зовнішніх позикових ресурсів, що негативно відображається на його фінансовій стабільності. Також, можна стверджувати про надзвичайно низький рівень рентабельності та ефектиності господарської діяльності підприємства ТОВ «Уапром».

4. Узагальнено, що основою здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром» є надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу з просування торговельних інтернет платформ в Казахстані - Satu.kz та Білорусі - Deal.by. Протягом 2016-2020 рр. відбулося загальне зростання обсягів зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром». Найбільше зростання обсягів таких операцій зафіксовано у

2019-2020 рр. на рівні 166376 тис.грн. та 258132 тис.грн. відповідно.

5. Визначено, що найбільший обсяг чистого доходу від ЗЕД (послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу) ТОВ «Уапром» отримано від ІТ-аутсорсингу маркетплейс Satu.kz (Казахстан), а саме 204363 тис. грн. у 2020 р., що на 135244 тис.грн., або на 195,67 % більше, ніж у 2016 р. Від послуг ІТ-аутсорсингу маркетплейс Deal.by (Білорусь) отримано чистого доходу на суму 53769 тис. грн. у 2020 р., що на 29635 тис.грн., або на 122,80 % більше, ніж у 2016 р.

6. Встановлено, що має тенденцію до зростання чистий дохід від здійснення ЗЕД, а саме на 164880 тис.грн., або порівняно з 2016 р. на 176,81 %. Також збільшились повні витрати при здійсненні ЗЕД на 161023 тис.грн., або на 175,77 %, що у 2020 р. становило 252634 тис.грн. Рентабельність чистого прибутку від ЗЕД у 2020 році становила лише 2,13 %, тому є достатньо малою. Таким чином, здійснення зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу ТОВ «Уапром» є недостатньо прибутковою та потребує розробки дієвих заходів щодо підвищення ефективності в майбутньому.

7. Обґрунтовано, що спільні підприємства традиційно вважаються активними учасниками зовнішньоекономічної діяльності, оскільки здійснюють експортно-імпорتنі операцій з товарами та послугами. Слід зазначити, що протягом 2016–2020 рр. прослідковується невисоке збільшення експорту та стрімке нарощення імпорту товарів спільними підприємствами, що несе за собою щорічне збільшення сальдо та має негативний характер для економіки країни.

8. Аналіз показав, що у 2020 р. загальна кількість спільних підприємств у сфері надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу склала 33 од., що на 10 од, або на 43,48 % більше, ніж у 2016 р. Обсяг наданих спільними підприємствами послуг у 2020 р. склав 199,34 млн.грн., що на 73,58 млн.грн., або на 58,51 % більше, ніж у 2016 р. Чистий фінансовий результат має тенденцію до зростання на 5,93 млн.грн.

РОЗДІЛ 2. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «УАПРОМ»

2.1. Удосконалення процесу створення та функціонування спільних підприємств

Питання удосконалення спільних підприємств в Україні та їх розвитку є актуальним, бо наша країна знаходиться в нестабільній економічній, юридичній та соціальних сферах через події минулих років. Це впливає на те що, витрачається значна кількість ресурсів та всі ці зміни у країні потребують залучення великої кількості іноземного капіталу, для забезпечення роботи.

Власними силами, залучаючи внутрішні інвестиції від іншої українських компаній, на жаль, наша економіка не може надати потрібну кількість інвестицій. Полягає це в тому, що внутрішній фондовий ринок недостатньо розвинутий та стан банківської системи змушує бажати кращого. З погляду на це вже протягом довгого часу є доволі важливим залучення іноземних інвестицій, що досягається завдяки інвестуванню у вже існуючі підприємства та галузі господарства і являються доволі ефективними. Допомогти у вирішенні ситуації з недостатнім інвестуванням може створення міжнародних спільних підприємств [8, с.45].

При обставинах економічного розвитку держави та змінах і різноманітності діяльності, необхідність створення спільних підприємств складають такі фактори [21, с.100]:

- по-перше, збільшення міжнародних процедур глобалізації виробництва товарів і послуг, адаптації продукту, переміщення капіталу, фінансових зв'язків і створення на основі цього різноманітних по глобальності економічних та технологічних систем і структур;

- по-друге, дислокацією до системи економіки відкритого характеру, яка має допомогти збільшити кількість залучених світових факторів для власного

розвитку та прогресування підприємства;

- по-третє, диктується умовою необхідності рішення задач нового формування ринкової економіки та можливості створення середовища вільної конкуренції, зведення до нуля криз серед інвестиційної сфери, перебудові структури, покращенні можливостей торгових відносин між Україною та партнерами з інших країн [21, с.101].

Певний інтерес викликає також питання кадрового забезпечення спільних підприємств України. Адже зазвичай на таких спільних підприємствах, незважаючи на кількість інвестицій, як показала практика, працює 85% українців, якщо співвідносити їх до іноземних громадян, залучених в роботу в цьому ж підприємстві. Вищий керівний склад спільних підприємств проводячи свої операції в Україні орієнтується на локальні трудові ресурси, оскільки [20]:

- 1) порівнюючи з економічно розвинутішими країнами, українські працівники виходять дешевше для роботодавця;
- 2) порівнюючи з іноземними спеціалістами, українські не поступаються у своїх знаннях;
- 3) місцеві фахівці ознайомлені з рисами роботи в певному регіоні своєї країни та її культурою;
- 4) на внутрішньому ринку легше буде встановити контакти українському персоналу тощо.

Також впроваджуючи роботу існують і недоліки, так як деякі робітники можуть відноситись до роботи невідповідально, вважати її чимось не обов'язковим. Працівникам можуть бути властива непорядність та відсутність ділової етики.

Показники результатів обчислення ефективності економіки показали наявність доволі великої кількості проблем у діяльності спільних підприємств стосовно відносних до них сфер діяльності [1, с.165].

Головні перешкоди у створенні та функціонуванні спільних підприємств України представлено на рис. 2.1.

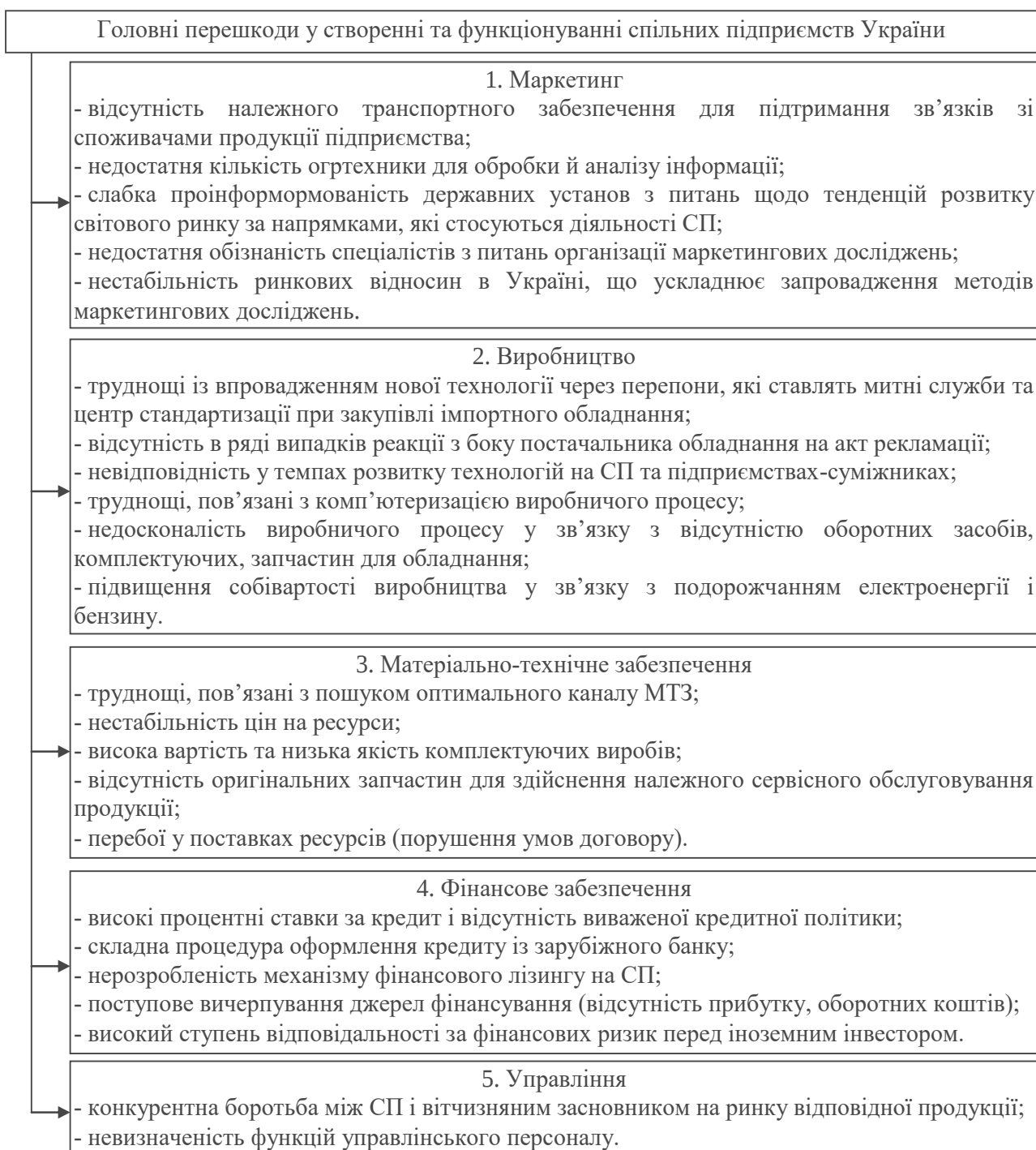


Рис. 2.1. Головні перешкоди у створенні та функціонуванні спільних підприємств України

Джерело: складено за результатами дослідження

Зрозуміло, що всі ці принципи дуже тісно взаємопов'язані. Усі ці перешкоди, згідно таблиці, показують, що неможливо смормувати стратегію збуту в програму виробництва без значних маркетингових досліджень, не вдасться розпочати виробництво без потрібної кількості ресурсів і не вдасться

досягти бажаного рівня підприємницької ефективності без адекватного управління [25, с.285].

Головне місце серед цих проблем займає безумовно питання фінансового забезпечення. Адже замала кількість фінансування зменшує можливість створення та впровадження запланованих проектів. Але незважаючи на важливість розвитку виробництва, не варто залишати поза увагою введення новітніх технологій, організації маркетингових досліджень та інші сфери функціонування. Для підприємства важливо уміти вірно розділити кошти з різних джерел фінансування на різні напрямки діяльності, зважаючи на те, яка сфера та напрямок є більш пріоритетною. Через це найкращим методом покращення являється комплексний підхід, який допомагає при різних проблемах та відповідає сутності спільного підприємства. Також при цьому мають перебувати всі зацікавлені сторони, включаючи учасників підприємства, державні органи влади, банківські установи і т.д., від яких може залежати ефективність підприємства.

За результатами проведеного дослідження можна запропонувати узагальнений раціональний процес створення та функціонування спільних підприємств в Україні, який складається з наступних етапів [28, с.254]:

1. Визначення мотивів створення спільного підприємства.

Для спільного підприємства властивою є наявність у суб'єктів підприємництва різних національностей широкого спектра спільних господарських цілей. Як відомо, для міжнародної співпраці така спільність в підприємствах є однією з головних ознак. Також при роботі зі спільними підприємствами спільність їх інтересів серед компаній може створитись не лише як рішення конфлікту при куплі-продажі товарів, але й як мотивація для досягнення певних результатів згодом, для чого вони і вкладають інвестиції.

Мотивація сторін при пошуках компаньона для своєї виробничої діяльності та у майбутньому створення спільного підприємства на етапі пошуку показується також додатковими підприємницькими можливостями та їх концентрації виробничих ресурсів та капіталу і створюються у такий спосіб. В

першу чергу для компаній важливо мати мову про збільшення прибутку. Як приклад для країни яка є резидентом розташування спільного підприємства нові технології зможуть підвищити ефективність та господарську продуктивність. В той же час сторона, яка являється постачальником буде отримувати винагороду не лише один раз за сам продаж технології, але й за здійснення діяльності в постійному темпі роботи [28, с.254].

Можливі й численні інші міркування, спонукальні стимули створення спільного підприємства, що наведені на рис. 2.2.

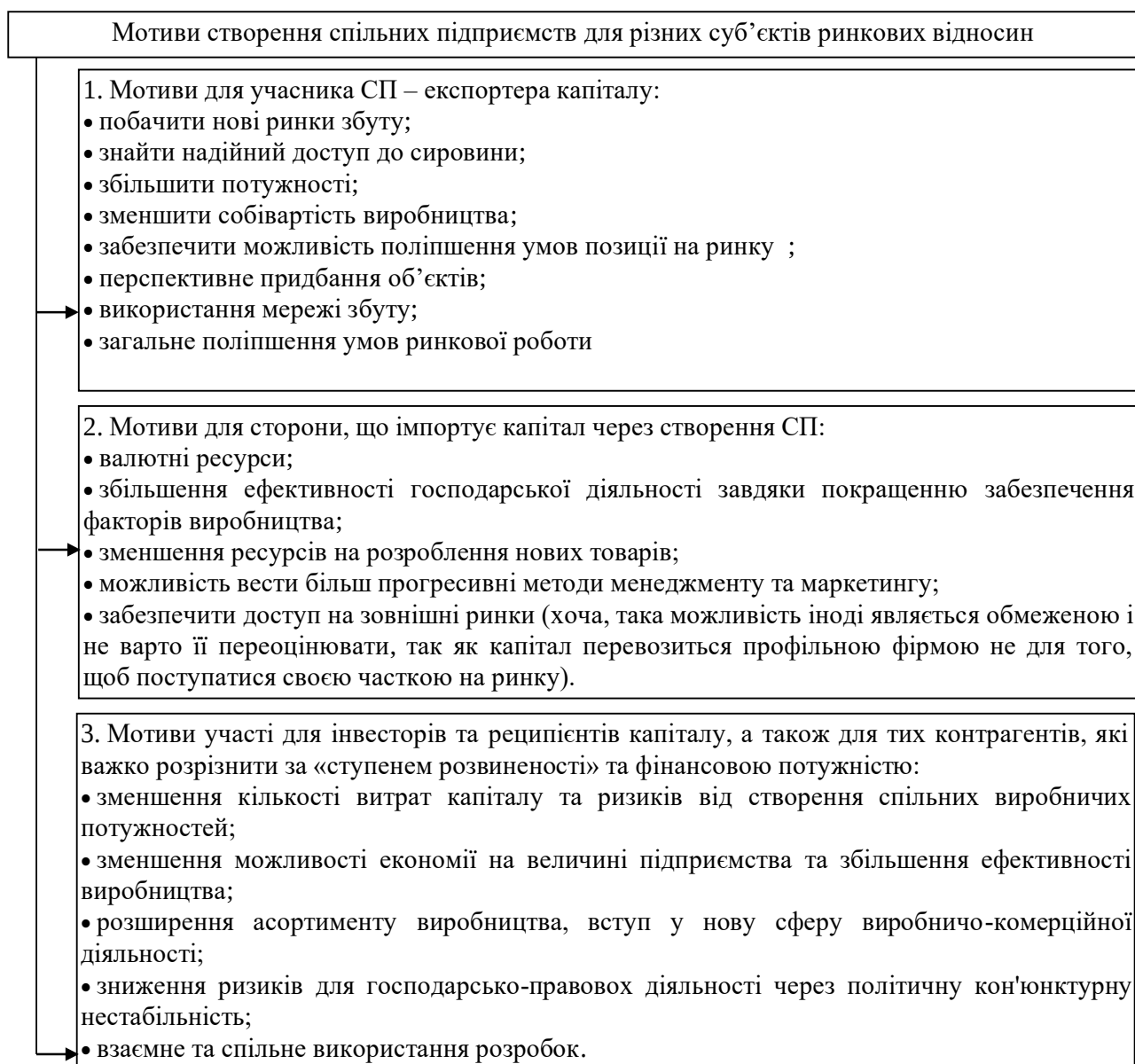


Рис. 2.2. Мотиви створення спільних підприємств для різних суб'єктів ринкових відносин

Джерело: складено за результатами дослідження

Зазначимо, що цими переліками мотивація партнерів щодо створення спільного підприємства не вичерпується. Як додаток до основних, ще мотивацією може стати бажання престижу, пропаганда та її ефективність і особисті побажання партнерів. Все більше важливими стають екологічні потреби та бажання, включаючи той факт, що делалі більшою стає стимул від держави та фінансова підтримка.

Створюючи спільне підприємства мають бути завдані різноманітні моменти стикування інтересів суб'єктів господарювання, в тому числі стикування «горизонтальне» та також «діагональне», котре являється показником інтересів приватних інвесторів та приймаючої до себе держави. Тому для держави що приймає, можливість створення у своїх кордонах спільного підприємства, дозволяє збільшити кількість поступаючих інвестицій, покращити середовище свого ринку. Як приклад з цим може допомогти залучення технологій та запозичення досвіду інших індустріальних держав, які являються провідними у своїй сфері та перенесення цього досвіду [8, с.76].

Щоб краще зрозуміти мотивацію та сучасні тенденції необхідно враховувати, що для спільних підприємств в останні роки все більшого поширення набувають ті спільні підприємства, які створюють конкуруючі між собою транснаціональні компанії для більшого поширення та покриття секторів економіки. Таким чином статус спільного підприємства має близько третини відділень американських компаній у Західній Європі.

2. Формування статутного фонду, як майнової основи спільного підприємства.

Для спільного підприємства його майнова база та статутний фонд утворюється різноманітними внесками та може бути у різній формі. Це можуть бути грошові кошти у валюті тієї країни, де перебуває підприємство, також може знаходитись у валюті що вільно конвертується. Може мати вигляд майнових виробничої інфраструктури, у тому числі обладнання, різноманітних споруд, будівель, доріг, шляхів доступу, а також може приймати вигляд прав на майно, на користування землею і природними ресурсами, на інтелектуальну

власність, технологію та обладнання. Як внески до статутного фонду спільного підприємства можуть бути й інші товарні об'єкти [8, с.77].

3. Проходження організаційних процедур створення спільного підприємства.

Процедура створення спільного підприємства відображає з одної сторони маркетингову поведінкову логіку суб'єктів комерційної діяльності, а з іншого схожі взаємозв'язки в інвестиційному процесі. Саме тому її складниками має бути певна послідовність, яка допоможе розв'язати функціональні завдання з конкретними діями. Звичайно при практиці цих дій можлива велика кількість варіантів для постановки цілей розвитку господарства і досягнення цих підходів.

Також можна виділити основні з етапів завдання процедури створення спільного підприємства [1, с.166]:

- в першу чергу оцінка ринку, де буде створено підприємство та можливостей збуту у ньому – вивчення, формування концепції та визначення стратегії;

- вибір бажаного партнера для угоди в майбутньому беручи до уваги можливість доповнення один одного в плані технологічності, розташування особистих підприємств, однорідності цілей та бажаних завдань для підприємницької діяльності, норм поведінки та етичності при управлінні компанією, те як будуть розділятися повноваження та відповідальність між партнерами спільного підприємства, адже як правило стають партнерами саме ті підприємства, які вже раніше встановлювали між собою економічні та торгові контракти та мають прямі зв'язки між собою, для поділу інформацією щодо потенційних обсягів надходження сировини та їх джерел, про кількість продажів від виробництва, про головні фінансові показники; такий обмін може допомогти зменшити ризики щодо комерційних ризиків невдалих проектів та може здійснюватись згідно спеціальних угод);

- важливим етапом є безпосередньо створення бізнес-плану та надалі технічне та економічне обґрунтування для компаній створення спільного

підприємства, в якому показують побажання партнерів, їх цілі, детально прописують головні економічні параметри підприємства, яке збирають створити; це можуть бути обсяги планованих інвестицій, вказання капіталу оборотного і основного, необхідності позичок, прорахунок витрат та готових цін, конкретні умови роботи та обсяги продажу та інше;

- підпис договору про бажання стати спільним підприємством, де буде зафіксовано які інтереси являються бажаними для кожної компанії та які з них однакові та офіційно закріплює намір поєднатись; там записують основні позиції, а сам документ стає основою майбутньої угоди про створення і визначає розмір капіталу та умови того, як компанії будуть ділити прибуток між собою та систему управління[1, с.167].

Успішне проходження сторонами підготовчих етапів створення спільного підприємства як результат надає факт підписання своєї документів та безпосередньо договору про створення спільного підприємства. Сам зміст може відрізнятися, адже залежить від того в якій сфері працює компанія, яка у неї специфіка та до яких результатів дійшли згідно попереднього договору. Але є і ряд універсальних полів, які все рівно є у тексті угоди між майбутніми спільними підприємствами [15, с.89].

Авторська схема техніко-економічного обґрунтування створення спільного підприємства представлена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Авторська схема техніко-економічного обґрунтування
створення спільного підприємства

№	Назва розділу	Обґрунтування можливості співпраці
1	Назва СП, назва фірми, що стане партнером	Невелика розповідь про зарубіжного партнера та досвіду роботи з ним
2	Номенклатура продукції: - вартість ; - кількість	Характеристика очікуваної продукції в кількісному та якісному форматі, сукупність економічних умов реалізації товару на ринку, ціни що очікуються, прогнози продажів
3	Технологія: - тип; - сутність	Перевірка схожих товарів та технологій для обраної продукції спільного підприємства і їх оцінка

4	Виробнича організація устаткування	Підрахунок вартості обраного устаткування, яке неохідне для підприємства, формування організації виробництва
5	Матеріальне та технічне забезпечення	Позначення влідності обраних форм забезпечення для матеріально-технічної бази, вибір постачальників
6	Кількість та оплата праці персоналу	Зазначити потрібну кількість працівників, з зазначення іноземних також, визначення форми оплати та соціальних пакетів
7	Загальна величина статутного фонду	Розмір статутного фонду підприємства та частки учасників в ньому
8	Реклама: - види; - витрати; - канали поширення	Об'єкти реклами схожі на дану продукцію, вибрані види й фінансові можливості здійснення реклами СП
9	Збут продукції	Практика збуту схожої продукції іншими фірмами, вид і способи доставки, різниця між закордонним та всередині країни обсягом збуту
10	Очікувані виручка та прибуток	Зміна рівня цін відповідно до стадій життєвого циклу продукції, виручка і прибуток, що очікуються та їх подальший розподіл
11	Формування фондів СП	Зарубіжний досвід формування фондів СП, розрахунки резервного фонду та фондів технічного й соціального розвитку
12	Ефективність створення і функціонування	Обчислення та оцінка економічної ефективності від створення і функціонування СП за необхідною методикою

Джерело: складено за результатами дослідження

Проте, навіть факт заснування спільного підприємства не дає основ вважат, що ризиків у створенні більше немає та в подальшому питань з приводу власності підприємства та статутного фонду не виникне. Якщо стане така потреба та в інтересах зановників буде змінити комерційну інформацію, то також дозволено вносити додаткові майнові внески для сторін угоди. Також залишається можливість повного переводу спільного підприємства у підприємство певної країни у разі покупки частини, якою володіє інша сторона. Таким чином об'єкт може стати або національним підприємством, або повністю іноземним. [18, с.576].

Було розроблено ряд певних рекомендацій на основі результатів дослідження стосовно раціональності підходів до організації функціонування спільних підприємств в Україні [4; 16; 21]:

1) доцільним для багатьох спільних підприємств є внесення стратегії маркетингу узгодженого з певними правилами, що дасть звернути більше уваги на потрібному сегменті та відмовитись від галузей з меншою прибутковістю;

2) беручи до уваги факт того, що одночасно з різною продукцією з'являється нелевика кількість спільних підприємств, відповідно до поставленої мети в деяких випадках варто спростити маркетингову структуру управління до товарної або ринкової;

3) варто застосовувати на практиці можливості введення у якості внесків учасників нематеріальних засобів до статутного фонду спільних підприємств, задля збільшення швидкості технологічного прогресу;

4) з метою отримання нових джерел фінансування спільним підприємствам слід розглянути можливість диверсифікації діяльності - дослідити перспективи виходу у нові сфери з нижчим ступенем ризику і вищим рівнем прибутку;

5) необхідно проводити аналіз світового досвіду, щоб ефективніше проводити управлінські рішення у спільних підприємствах.

Спостерігаючи за спільними підприємствами в Україні, ця сфера буде розвиватись через наші потреби в іноземних капіталах. [21, с.93].

Можна зробити висновок, що для спільних підприємств необхідно не лише залучення капіталів, а також сучасні форми управління цими капіталами. Беручи до уваги досвід іноземних компаній, українські вчаться покращувати роботу та незважаючи на негативні моменти, можливість інтеграції та інвестицій наближають Україну до покращення.

2.2. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного спільного підприємства

За результатами дослідження сучасного стану розвитку спільного підприємства ТОВ «Уапром» не викликає сумніву, що у сучасних умовах однією з ефективних форм функціонування цієї компанії є здійснення раціональної та ефективної міжнародної діяльності. При цьому, незважаючи на

різноманітність видів міжнародної діяльності згідно вітчизняного правового поля, провідну роль серед них відіграє спільне міжнародне партнерство, за допомогою якого ТОВ «Уапром» може розвивати спеціалізацію, підвищувати продуктивність своїх ресурсів, збільшувати загальний обсяг надання послуг, а також забезпечувати задоволення потреби іноземних клієнтів в тих послугах, надання яких є брендом компанії [27].

Отже, спрямованість ТОВ «Уапром» до міжнародного співробітництва на основі ІТ-аутсорсингу у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг є одним із найважливіших шляхів розвитку бізнесу.

На нашу думку, основними мотивами розвитку міжнародної діяльності ТОВ «Уапром» у сфері ІТ-аутсорсингу є ті, що наведені на рис. 2.3.

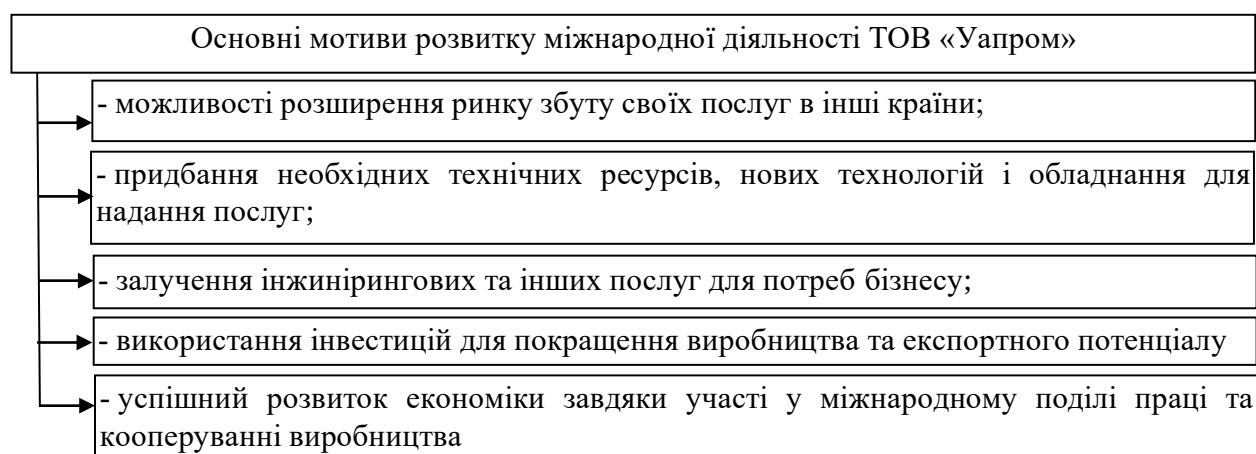


Рис. 2.3. Основні мотиви розвитку міжнародної діяльності ТОВ «Уапром»

Джерело: складено за результатами дослідження

Враховуючи сказане, ТОВ «Уапром» має вагомі аргументи для подальшого розвитку міжнародного партнерства на основі кооперації з провідними міжнародними компаніями сфери створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг. Таким, чином, в контексті вирішення проблеми подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Уапром» можна виділити наступні вектори розвитку.

1. Пошук можливостей налагодження партнерських відносин з надання послуг ІТ-аутсорсингу у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг для завоювання ринків Європейського Союзу.

2. Ще одним альтернативним напрямом подальшого розвитку слід вважати ринок IT-аутсорсингу у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Турції.

3. Важливою альтернативою для розвитку міжнародної діяльності ТОВ «Уапром» є розвиток на ринку IT-аутсорсингу у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови.

З метою визначення конкретної стратегії розвитку міжнародної діяльності ТОВ «Уапром» та вибору міжнародного ринку можна скористатись методикою аналізу доступності міжнародних ринків.

Аналіз доступності ринків має на меті визначення реальної можливості проникнення на ринок. Як потенційно ємний ринок варто розглядати лише тоді, коли підприємство може проникнути на нього без надмірних витрат коштів і часу. Компетентність підприємства при аналізі доступності повинна дозволяти визначити внутрішні механізми громадського життя країни, знати традиції і запити споживачів, правила організації і функціонування ринку. Для підприємства доступ на іноземний ринок ускладнюється трьома “оборонними лініями”, які треба оцінити: митні бар’єри, юридичні перешкоди та регламентовані перешкоди [30, с.54].

1. Митні бар’єри – найбільш очевидна перешкода. Необхідно оцінити митний кодекс країни, щоб орієнтуватися в законодавчих основах, організації і функціонування митниці. Це дозволить оцінити витрати, пов’язані з проникненням товару через національні кордони на іноземний ринок. При аналізі важливо оцінити реальність і стабільність митних бар’єрів.

2. Юридичні перешкоди являють собою ряд законів, що регулюють можливості використання іноземних інвестицій у національній економіці даної країни, їх регулювання і захист. Недостатньо тільки знання цих законів, важливою є також практика їх виконання.

3. Регламентовані перешкоди перебороти найважче, оскільки вони часто носять дискримінаційний характер щодо конкретного підприємства чи його товару. Вивчаючи доступність ринку, варто уважно вивчити всі нетарифні

бар'єри, що уряд даної країни використовує для захисту своїх виробників і споживачів. Саме ці фактори варто врахувати на першому етапі виходу на зовнішній ринок [30, с.55].

Аналіз стабільності зовнішнього ринку стосується оцінки економічних і політичних ризиків, що очікують підприємство. Економічні ризики залежать від типу споживачів, їх платоспроможності, комерційної стабільності і надійності клієнтів. Політичні ризики полягають як у діях уряду, спрямованих проти експортерів та іноземних інвесторів (експропріація, конфіскація майна і т.п.), так і у факторах зовнішнього середовища (революції, перевороти, зміна уряду й ін.). Чим більш стабільною є економічна і політична обстановка в країні, тим більше переваг отримає даний ринок з точки зору підприємства, яке вирішило виходити на даний ринок.

Для вибору серед представлених каналів у якості змінних, що впливають на вибір місця зосередження збуту оберемо наступні: ємність ринку; простота ведення справи і сумісність; бюрократизм; відповідність можливостям і політиці фірми; витрати і доступність ресурсів; рівень доходу на капітал; ризики конкуренції; валютні ризики; політичні ризики. Саме згідно цих змінних здійснюється збір даних і вибір ринків. Значення параметрів і самі параметри можуть змінюватись залежно від стану справ усередині фірми, зміни коротко- і довгострокових цілей на майбутнє. Варто врахувати, що число оціночних критеріїв не повинно бути великим, оскільки губиться взаємозв'язок між країнами, а сама сітка стає громіздкою [24, с.34].

Сітка параметрів порівняння країн за ознакою доцільності налагодження партнерських відносин на їх ринку ТОВ «Уапром» представлена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Сітка параметрів порівняння країн за ознакою доцільності налагодження партнерських відносин на їх ринку ТОВ «Уапром»

Змінні	Вагомість	Країни		
		ЄС	Турція	Молдова
1. Доход інвестицій				
– величина необхідних витрат для виходу на ринок конкретної країни;	0 – 3	2	3	3

Продовження таблиці 2.2

– прямі витрати;	0 – 4	1	3	4
– податковий тягар;	0 – 3	2	1	2
– місткість ринку поточна;	0 – 4	1	2	4
– поточні темпи зростання ринку;	0 – 3	1	1	3
– прогноз зростання попиту на ринку в найближчі 2 роки	0 – 5	1	2	5
– витрати, пов'язані з просуванням послуг	0 – 4	2	4	2
Разом		10	16	23
2. Рівень ризику				
– валютні проблеми;	0 – 2	1	2	1
– політична нестабільність;	0 – 3	1	2	2
– законодавство, що стосуються сієри утилізації відходів в даний час;	0 – 4	1	1	2
– прогноз ринку на найближчі роки	0 – 5	2	2	1
– значна частка тіньової економіки	0 – 3	1	2	3
– дискримінаційні заходи стосовно імпортованої продукції зі сторони держави	0 – 5	1	3	4
– монополізованість досліджуваного ринку	0 – 5	4	2	2
Разом		11	14	15
Всього		21	30	38

Джерело: складено за результатами дослідження

Отже, як видно із проведених розрахунків, молдовський ринок створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг залишається найперспективнішим із досліджуваних, оскільки він поки-що є незайнятим іншими підприємствами. Оцінюючи потенціал ринку, необхідно також встановити, чи існує вже пропозиція аналогічної послуги, оцінити місткість ринку і попит на перспективу. Варто визначити масштаби виробництва і збуту товарів-замінників, а потім вибрати стратегію підприємства на цьому ринку. Необхідно оцінити потенціал відібраних ринків, тобто можливу частку ринку й обсяг продажів компанії на кожному з них. Оцінюючи прибутковість виходу на той чи інший ринок, менеджери компанії здійснюють остаточний вибір ринків для спільного бізнесу [12, с.225].

Визначимо оптимальну модель встановлення партнерських відносин щодо ведення спільного бізнесу (ІТ-аутсорсингу) з компаніями у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови для ТОВ «Уапром» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Фактори, що впливають на вибір моделі розвитку спільного бізнесу (ІТ-аутсорсингу) з компаніями у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови для ТОВ «Уапром»

Фактори	Експорт	Торговий підрозділ	Ліцензійна угода (франчайзинг)	Іноземні прямі інвестиції
ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ				
Країна експансії - Молдова				
Низький збутовий потенціал ринку	X	X		
Високий збутовий потенціал			X	X
Чиста конкуренція	X		X	
Олігополістична конкуренція				X
Розвинута інфраструктура	X			
Нерозвинута інфраструктура			X	
Високі виробничі витрати	X		X	
Низькі виробничі витрати				X
Жорстка імпортна політика		X		X
Ліберальна імпортна політика	X		X	
Жорстка інвестиційна політика	X	X	X	
Ліберальна інвестиційна політика				X
Мала географічна дистанція	X		X	
Велика географічна дистанція		X		X
Динамічна економіка				X
Стагнуюча економіка	X	X		
Твердий валютний контроль	X	X		
Ліберальний валютний контроль				X
Знецінення валюти				X
Подорожчання валюти	X		X	
Незначна культурна дистанція			X	X
Велика культурна дистанція	X	X		
Низький політичний ризик			X	X
Високий політичний ризик	X	X		
Великий обсяг ринку				X
Малий обсяг ринку	X		X	
Чиста конкуренція	X		X	
Олігополістична конкуренція				X
Низькі виробничі витрати	X		X	
Високі виробничі витрати		X		X
Стимулювання експорту	X		X	
Обмеження на здійснення іноземних інвестицій	X	X		
ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ				
Диференційований продукт	X		X	
Стандартний продукт				X

Продовження таблиці 2.3

Потрібний значний сервіс			X	X
Товар є послугою		X		X
Низька адаптація продукту	X			
Висока адаптація продукту		X	X	X
Обмежені ресурси	X	X		
Значні ресурси			X	X
Низька прихильність	X	X		
Висока прихильність			X	X

Джерело: складено за результатами дослідження

За результатами проведеного дослідження встановлено, що найбільш прийнятною формою встановлення міжнародних відносин з компаніями у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови для ТОВ «Уапром» слід вважати ліцензійну угоду (франчайзинг) з національною спеціалізованою компанією Молдови.

При виборі партнерів по спільному бізнесу необхідно визначитись із типом виробничої компанії, який є необхідним для обслуговування закордонного ринку. Можливі кандидати оцінюються і відбираються за допомогою критеріїв, кожному з яких надається степінь вагомості від 1 до 5. Значення балів оцінюється за п'ятибальною шкалою [12, с.265].

На ринку маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови функціонує дві потужних компанії, які практикують ведення виробничо-господарської діяльності на умовах ліцензійних угод (франчайзингу). Тому, ТОВ «Уапром» повинно прийняти рішення в бік вибору однієї найкращої зі стратегічних альтернатив. Розрахунок вибору потенційних партнерів наведений у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз потенційних партнерів ТОВ «Уапром»
щодо розвитку спільного підприємства на ринку Молдови

Критерій оцінки	Вага	Компанія «SANIN»		Компанія «UBS»	
		Бал	Оцінка	Бал	Оцінка
Фінансова позиція	4	5	20	4	16
Виробничі потужності	5	4	20	3	15
Контакти зі споживачами	3	4	12	3	9

Продовження таблиці 2.4

Забезпечення необхідного охоплення ринку	3	4	12	3	9
Репутація та імідж	3	5	15	4	12
Сумісність товарів, які реалізуються	3	3	9	4	12
Навички персоналу	3	3	9	4	12
Технічне забезпечення	1	5	5	3	3
Результати попередньої діяльності	2	4	8	3	6
Готовність до спільної роботи	1	3	3	3	3
Сприятливі відносини з урядом	1	4	4	3	3
РАЗОМ:	-	-	112	-	97

Джерело: складено за результатами дослідження

Таким чином, вважаємо, що одним з найпрогресивніших підходів до розвитку спільного бізнесу підприємства ТОВ «Уапром» на ринку Молдови є стратегія укладання франчайзингової угоди з компанією «SANIN».

Франчайзинг – це відносини між суб'єктами ринку при діловому співробітництві, яка має своєю суттю надання однією стороною діяльності (франчайзером) права на можливість ведення діяльності вказаної у франшизі використовуючи торгову марку франчайзера, його технології, інших об'єктів інтелектуальної власності другому суб'єкту підприємництва (франчайзі) на вказаний строк з вказанням місценадання послуг та на умовах визначених надавачем [7, с.412].

Кінцевим наслідком договору між франчайзером і чисельними франчайзі є створення схожих між собою по зовнішньому вигляду та внутрішньому наповненню підприємств на ринку, з однаковими методами ведення діяльності. Створення таких підприємств дозволяє тримати на рівні репутацію франчайзера, при цьому даючи розвиватись, адже вони створюють організаційне утворення [18, с.37].

Отже, за результатами наведених визначень можна представити загальну схему запровадження спільного ІТ-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN». Даний проект матиме назву в мережі Інтернет «Sanin.md» (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Загальна схема запровадження спільного ІТ-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN»

Джерело: складено за результатами дослідження

В контексті проведеного дослідження необхідно визначити основні етапи впровадження стратегії франчайзингу ТОВ «Уапром». Основними моментами, які цікавлять франчайзера ТОВ «Уапром» є наступні питання: як підприємство-франчайзер повинно починати свою боротьбу за потенційного інвестора-франчайзі; кому і куди пропонувати свою франшизу; як розрахувати роялті (платежі за користування товарним знаком, ноу-хау а також підтримкою у вигляді поточних послуг згідно з франчайзинговим договором) та паушальний платіж (вступна франчайзингова оплата); які формати бізнесу будуть найбільш доцільними на основі франчайзингу та багато інших.

2.3. Прогнозування фінансових результатів від реалізації запропонованих заходів

Економічна ефективність реалізації франчайзингових угод визначається для франчайзера шляхом розрахунку роялті. Роялті - компенсація, яка виплачується власнику прав на використання власності: патенту, матеріалів, захищених авторським правом, чи інших ресурсів [3, с.77].

Отже, загалом визначають три підходи: ринковий, витратний і прибутковий, які використовують для оцінювання об'єктів інтелектуальної власності. Для кожного з цих підходів існує декілька методів оцінювання. У цьому розділі для оцінки вартості франчайзингової ліцензії ТОВ «Уапром», так як для патентів і ліцензій рекомендують використовувати дохідний підхід, був саме цей метод роялті.

Отже, власник об'єкта міжнародної ліцензійної угоди (ТОВ «Уапром», Україна) надає іншій особі (компанії «SANIN», Молдова) право на використання об'єкта інтелектуальної власності (ІТ-системи функціонування онлайн-платформи Sanin.md) за певну винагороду (роялті). Роялті будемо розраховувати у відсотках від загальної виручки, отриманої від продажу товарів, з використанням онлайн-платформи Sanin.md. Згідно з франчайзинговою угодою до даного показника вартості включено інформацію з приводу майбутніх роялті платежів на протязі терміну ліцензії інтелектуальної власності.

Розрахунок економічного ефекту проведемо за декілька етапів.

Перший етап буде предствляти собою обсяг продажів та їх подільший прогноз очікуваних виплат по роялті (з врахуванням життєвого циклу продукції). При цьому планові обсяги надання послуг в системі міжнародних зв'язків ТОВ «Уапром» розраховано, виходячи з загальної місткості ринку Молдови.

Зокрема, у 2020 році, загальний ринок інтернет-торгівлі товарами Молдови оцінено на рівні 150000 тис.ум.од. продукції. ТОВ «Уапром» в перший рік

реалізації проекту намагатиметься захопити приблизно 6,5% ринку Молдови, що у грошовому еквіваленті становитиме 9600 тис.ум.од. продукції. Виходячи з даного прогнозу поступово планується з кожним роком нарощувати обсяги реалізації продукції. Отже, прогнозні значення обсягів надання послуг на п'ять років у натуральних і вартісних одиницях представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Плановані показники реалізації ІТ-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN»

Рік	Обсяг надання послуг, тис.ум.од.	Чистий дохід від реалізації, дол.США
1	9600	8471310
2	12480	11012703
3	14976	13215244
4	16474	14536768
5	18121	15990445

Джерело: складено за результатами дослідження

Другим етапом буде визначення ставки роялті. Візьмемо дані з таблиць стандартних розмірів роялті, які були сформовані на основі аналізу світової практики заключення угод по ліцензіях в різноманітних сферах діяльності і які були використані про роботі з великими організаціями зовнішньоторговельної діяльності. Вони дозволяють визначити ставку роялті до кожного об'єкта відповідно до передніх даних по виду інтелектуальної діяльності.

У розглянутому прикладі послуги створення маркетплейсу відноситься до категорії «ІТ-послуги», виходячи з чого, стандартною ставкою роялті для даної діяльності може вважатись значення в інтервалі від 3 до 6%. Надалі ставку роялті приймемо рівною 6%.

Так як на значення самої ставки впливають різноманітні фактори, для створення ліцензійних угод, при роботі з інтелектуальною власністю, можна використовувати загальні рекомендації з приводу внесення змін до ставки роялті (табл. 2.6).

Візьмемо поправку 0,5 в умовах цієї роботи, бо ліцензія являється невиключною.

Таблиця 2.6

Рекомендовані поправочні коефіцієнти до стандартних ставок роялті при оцінці інтелектуальної власності для укладання ліцензійних угод

Ступінь цінності технології	Ліцензія				Неліцензійне ноу-хау
	Виняткова		Невиключна		
	патентна	безпатентна	патентна	безпатентна	
Особливо цінна	1,4-1,8	1,1-1,5	0,9-1,1	0,7-0,9	1,0-1,2
Середньої цінності	1,1-1,5	0,9-1,1	0,7-0,9	0,5-0,7	0,5-1,0
Малоцінна	0,7-0,9	0,5-0,7	0,4-0,5	0,2-0,4	0.1-0,5

Джерело: складено за результатами дослідження

На третьому етапі поведемо розкриття служби патенту або ліцензії економічного терміну. Для цього визначимо необхідний реалістичний прогноз по тривалості платежу, ажде економічний та юридичний терміни службби можуть відрізнятись. Встановимо, що для даного виду діяльності в цій роботі економічний термін служби патенту буде становити 5 років.

Підрахунок очікувань від виплат по роялті проведемо на четвертому етапі методом розрахунку відрахувань у відсотках від прогнозованого обсягу продажів. Підсумкові обчислення представлені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Суми виплачуваного роялті ТОВ «Уапром»

Рік	Грошовий потік, дол.	Сума роялті, дол.
1	8471310	481536
2	11012703	548195
3	13215244	723477
4	14536768	790875
5	15990445	862041
Разом	63226472	3469078

Джерело: складено за результатами дослідження

На прикладі першого року виплат переглянемо обчислення суми виплачуваного роялті. Додаткові дані, з приводу введення коефіцієнтів поправки для ставки роялті враховуючи сумові обмеження потоку, представлені в табл. 2.8.

Прогнозний обсяг надання послуг ТОВ «Уапром» в перший рік реалізації проекту складає 8471310 дол. Отже, з урахуванням обмежень по сумі грошового потоку даний обсяг продажів потрібно розділити з потрібною ставкою роялті для кожного на три інтервали.

Таблиця 2.8

Розрахунок грошових потоків від реалізації спільного проекту
ТОВ «Уапром» та компанії «SANIN»

Грошовий потік, дол.	Поправочний коефіцієнт	Ставка роялті	Грошовий потік, дол.
До 150000	1	0,060	До 4500000
150001-250000	0,9	0,054	4500001-7500000
250001-500000	0,85	0,051	7500001-15000000
500001-1000000	0,8	0,048	15000001-30000000
1000001-1500000	0,75	0,045	30000001-45000000
1500001-2500000	0,7	0,042	45000001-75000000

Джерело: складено за результатами дослідження

Результати розрахунків суми роялті від реалізації проекту представлені в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Розрахунок величини роялті від реалізації спільного проекту
ТОВ «Уапром» та компанії «SANIN»

Рік	Грошовий потік, дол.	Ставка роялті	Сума роялті, дол.
1	4500000	0,060	270000
	3000000	0,054	162000
	971310	0,051	49536
Разом	8471310	-	481536
2	6528689	0,051	332963
	4484013	0,048	215232
Разом	11012703	-	548195
3	10515986	0,048	504767
	2699258	0,045	121466
Разом	13215244	-	626233
4	12300742	0,045	553533
	2236026	0,042	93913
Разом	14536768	-	647446
5	15990445	0,042	671598
Разом	63226472	-	2975011

Джерело: складено за результатами дослідження

Наступним (п'ятим етапом) зазвичай з виплат, які очікуються по роялті віднімають витрати, понесені підприємством. В рамках роботи умовно приймемо, що витрати по забезпеченню патенту або ліцензії відсутні.

На шостому кроці припустимо, що всі грошові потоки відбулися в один момент часу, а не в різні та використаємо дисконтування для цього. Для визначення коефіцієнта дисконтування використаємо формулу [18, с.93]:

$$\alpha_t = \frac{1}{[(1 + E_n) \times (1 + P) \times (1 + n)]^t} \quad (2.1)$$

де α_t - коефіцієнт дисконтування; E_n - норма дисконту; P - темп інфляції; n - оцінка ризику; t - крок проекту.

Для різних рівнів вкладень капіталу за норму дисконту можна приймати його у таких межах [24, с.54]:

- для I-класу, в який включають інвестиції для збереження позицій на ринку та заміну устаткування дисконт має складати не менше 6%;
- для II-класу не менше 12%. До нього включають інвестиції для підвищення основних виробничих фондів та покращення якості продукції;
- для III-класу, що використовуються при впровадженні нових технологій - не менше 15%;
- для IV-класу - діяльність для збільшення прибутку - не менше 18-20%;
- для V-класу що включає ризиковані спрямування - не менше 23-25%.

Так як розглядаємо підвищення якості послуг, то приймемо за норму дисконту 12%.

На плановий період за темп інфляції приймемо показник в розмірі 7%, згідно з оцінками фахівців. Оцінка ризику представлена в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Оцінка ризику, пов'язана з технологічної спрямованістю інвестицій

Величина ризику	Приклад мети проекту	Коригування на ризик, %
Низький	Вкладення на базі освоєної техніки при інтенсифікації виробництва	3-5
Середній	Збільшення продажів продукції, що існує	8-10

Продовження таблиці 2.10

Високий	Створення нового продукту та просування його на ринок	13-15
Дуже високий	Вкладення в інноваційні проекти	18-20

Джерело: складено за результатами дослідження

Приймемо для розрахунків коригування на ризик, що рівне 4%, так як рівень ризику при даному впровадженні низький.

За формулою розрахуємо дисконтну ставку, до якої включено темпи інфляції та оцінювання технологічного ризику (2.1):

$$(1 + 0,12) - (1 + 0,07) (1 + 0,04) - 1 = 0,25.$$

Розрахунки суми з урахуванням ставки 25% наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Дисконтування грошових потоків від реалізації спільного проекту

ТОВ «Уапром» та компанії «SANIN»

Рік	Сума роялті, дол.	Коефіцієнт дисконтування	Дисконтована сума роялті, дол.	Дисконтована сума роялті нарастаючим підсумком, дол.
1	481536	1	481536	481536
2	548195	0,8	438556	920093
3	626233	0,64	400789	1320883
4	647446	0,512	331492	1652375
5	671598	0,4096	275086	1927462

Джерело: складено за результатами дослідження

Таким чином, вартість невиключної франчайзингової ліцензії від реалізації спільного проекту ТОВ «Уапром» та компанії «SANIN» дорівнює дисконтованій сумі роялті нарастаючим підсумком - 1927462 дол. Це означає, що реалізація IT-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN» матиме грошові надходження, які зростатимуть в наступних періодах. Отже, даний проект є ефективним та доцільним для розгляду питань про його реалізацію в системі зовнішньоекономічної діяльності спільного підприємства ТОВ «Уапром».

Висновки до розділу 2

За результатами проведеного дослідження шляхів підвищення ефективності роботи спільного підприємства можна зробити наступні висновки:

1. У діяльності спільних підприємств є доволі велика кількість нерозв'язаних проблем згідно розрахунку економічної ефективності. Причому з однієї проблеми виринає інша та все вони вирішуються у комплексі.

2. Охарактеризовано, що при спільних підприємствах співробітництво передбачає не лише вкладення капіталу, а також і сучасне управління цим капіталом.

3. Встановлено, що у сучасних умовах однією з ефективних форм функціонування цієї компанії є здійснення раціональної та ефективної міжнародної діяльності. При цьому, незважаючи на різноманітність видів міжнародної діяльності згідно вітчизняного правового поля, провідну роль серед них відіграє спільне міжнародне партнерство, за допомогою якого ТОВ «Уапром» може розвивати спеціалізацію, підвищувати продуктивність своїх ресурсів, збільшувати загальний обсяг надання послуг, а також забезпечувати задоволення потреби іноземних клієнтів в тих послугах, надання яких є брендом компанії.

4. Обґрунтовано, що молдовський ринок створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг залишається найперспективнішим із досліджуваних, оскільки він поки-що є незайнятим іншими підприємствами. Встановлено, що найбільш прийнятною формою встановлення міжнародних відносин з компаніями у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови для ТОВ «Уапром» слід вважати ліцензійну угоду (франчайзинг) з національною спеціалізованою компанією Молдови.

5. Доведено, що одним з найпрогресивніших підходів до розвитку спільного бізнесу підприємства ТОВ «Уапром» на ринку Молдови є стратегія укладання франчайзингової угоди з компанією «SANIN». Представлено

загальну схему запровадження спільного ІТ-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN».

6. Розрахунки засвідчили, що вартість невиключної франчайзингової ліцензії від реалізації спільного проекту ТОВ «Уапром» та компанії «SANIN» дорівнює дисконтованій сумі роялті наростаючим підсумком - 1927462 дол. Це означає, що реалізація ІТ-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN» матиме грошові надходження, які зростатимуть в наступних періодах. Отже, даний проект є ефективним та доцільним для розгляду питань про його реалізацію в системі зовнішньоекономічної діяльності спільного підприємства ТОВ «Уапром».

ВИСНОВКИ

Можна зробити наступні висновки за результатами проведеного дослідження ефективності діяльності спільного підприємства:

1. Розкрито, що ТОВ «Уапром» - це спільна українсько-білорусько-казахська ІТ-компанія, яка об'єднує 1230 співробітників, реалізовує 15 міжнародних проектів та обслуговує 28 млн. замовлень на рік. Місія ТОВ «Уапром» - створювати можливості для розвитку підприємництва. Компанія робить торгові онлайн-платформи для замовлення послуг і шопінгу - Deal.by, Satu.kz, Prom.ua, Bigl.ua, Kabanchik.ua, Shafa.ua, Crafta.ua, IZI.ua.

2. Встановлено, що підприємство постійно нарощує обсяги господарської діяльності. Зокрема, у 2020 р. чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 526875 тис.грн., або на 132,49 % порівняно з 2016 р. Підприємство є прибутковим, оскільки у 2020 р. обсяг чистого фінансового результату склав 16880 тис.грн., при чому за останні п'ять років відбулося його збільшення на 7705 тис.грн., або на 114,45 %. Рентабельність господарської діяльності підприємства була на рівні 1,56 % у 2020 р., що на 0,13 пункти менше, ніж у 2016 р., що слід вважати найбільш негативним свідченням низької ефективності здійснення господарської діяльності.

3. Узагальнено, що в основі господарської діяльності ІТ-компанії є реалізація різноманітних проектів, пов'язаних з просуванням торговельних майданчиків на замовлення провідних вітчизняних та міжнародних виробничо-торговельних компаній та інтернет-магазинів. Фактично, ТОВ «Уапром» просуває послуги з міжнародного ІТ-аутсорсингу, що і є основою зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

4. Аналіз показав, що основою здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Уапром» є надання послуг міжнародного ІТ-аутсорсингу з просування торговельних інтернет платформ в Казахстані - Satu.kz та Білорусі - Deal.by. Протягом 2016-2020 рр. відбулося загальне зростання обсягів зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-

ауторсингу ТОВ «Уапром». Найбільше зростання обсягів таких операцій зафіксовано у 2019-2020 рр. на рівні 166376 тис.грн. та 258132 тис.грн. відповідно.

5. Охарактеризовано тенденцію до зростання чистого доходу від здійснення ЗЕД, а саме на 164880 тис.грн., або в порівнянні з 2016 р на 176,81 %. При здійсненні ЗЕД підприємства збільшились на 161023 тис.грн. повні витрати, або на 175,77 %, що у 2020 р. становило 252634 тис.грн. Зовнішньоекономічна діяльність з надання послуг міжнародного ІТ-ауторсингу ТОВ «Уапром» є рентабельною, оскільки чистий фінансовий результат від такої діяльності у 2020 році склав 5498 тис.грн., що на 3857 тис.грн., або на 235,0 % більше, ніж у 2016 р. Таким чином, здійснення зовнішньоекономічної діяльності з надання послуг міжнародного ІТ-ауторсингу ТОВ «Уапром» є недостатньо прибутковою та потребує розробки дієвих заходів щодо підвищення ефективності в майбутньому.

6. Встановлено, що загальна кількість спільних підприємств в Україні в останні чотири роки зростає. Водночас, відбулося збільшення кількості зайнятих працівників у суб'єктів господарювання на 81,3 тис.осіб, або на 9,76 %, що склало 914,5 тис.осіб. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) у 2020 р. склав 107254 млн.грн., що на 50090 млн.грн., або на 87,63 % більше, ніж у 2016 р. Як позитивне слід відзначити зростання рівня прибутковості спільних підприємств на 3806 млн.грн., або на 198,19 %, що у 2020 р. становило 5727 млн.грн. Діяльність спільних підприємств в Україні є ефективною, оскільки рентабельність господарської діяльності суб'єктів господарювання становила 5,34 %, що на 1,98 пунктів більше, ніж у 2016 р.

7. Доведено, що серед спільних підприємств спільна праця дозволяє не лише залучати капітальні вкладення, вкладення фінансів, матеріалів та технологій, а також і новітніх форм управління капіталами та підприємств. Беручи до уваги практику іноземних підприємств, наші фірми також починають стабілізуватись. За даних обставин компанія в моментах управління та координації діяльності виробничого та комерційного сектору може

використовувати не лише оперативне, а й стратегічне планування.

8. Обґрунтовано, що ТОВ «Уапром» має вагомі аргументи для подальшого розвитку міжнародного партнерства на основі кооперації з провідними міжнародними компаніями сфери створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг. Як видно із проведених розрахунків, молдовський ринок створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг залишається найперспективнішим із досліджуваних, оскільки він поки-що є незайнятим іншими підприємствами.

9. Встановлено, що найбільш прийнятною формою встановлення міжнародних відносин з компаніями у сфері створення маркетплейсів для онлайн-шопінгу і замовлення послуг Молдови для ТОВ «Уапром» слід вважати ліцензійну угоду (франчайзинг) з національною спеціалізованою компанією Молдови. Одним з найпрогресивніших підходів до розвитку спільного бізнесу підприємства ТОВ «Уапром» на ринку Молдови є стратегія укладання франчайзингової угоди з компанією «SANIN».

10. Узагальнено, що економічна ефективність реалізації франчайзингових угод визначається для франчайзера шляхом розрахунку роялті. Вартість невиключної франчайзингової ліцензії від реалізації спільного проекту ТОВ «Уапром» та компанії «SANIN» дорівнює дисконтованій сумі роялті наростаючим підсумком - 1927462 дол. Це означає, що реалізація ІТ-проекту створення маркетплейсу (онлайн-платформи для продажу товарів широкого асортименту) ТОВ «Уапром» на основі ліцензійної франчайзингової угоди з компанією «SANIN» матиме грошові надходження, які зростатимуть в наступних періодах. Отже, даний проект є ефективним та доцільним для розгляду питань про його реалізацію в системі зовнішньоекономічної діяльності спільного підприємства ТОВ «Уапром».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Весельська К.А. Формування конкурентних переваг спільних машинобудівних підприємств. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2014 (87). Вип. 4. № 4. С. 164-168.
2. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV (в редакції від 27.02.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
3. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник. 5-те вид., перероб. та допов. ; Університет ДФС України. Ірпінь : 2019. 410 с.
4. Дахно І.І., Алієва-Барановська В.М. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посібн. К. : Центр учбової літератури, 2018. 356 с.
5. Державна митна служба України. Офіційний сайт. URL: <https://customs.gov.ua>
6. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Діброва Л.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник. К.: ЦП «Компринт», 2016. 522 с.
8. Дмитренко А.В. Роль спільних підприємств з іноземними інвестиціями у розвитку економіки України. Економічний форум. 2017. 157 с.
9. Єрмаченко В. Є. Облік і техніка зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. Харк. нац. екон. ун-т. Х. : ІНЖЕК, 2010. 479 с.
10. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник / Ю. Г. Козак, Є. В. Савельєв [та інш.] 6-е вид., перероб. та доп. / ред. Ю. Г. Козак. Київ: ЦУЛ, 2019. 292 с.
11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навчальний посібник; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. 4-те вид., перероб. та доп. К.: Освіта України, 2012. 272 с.
12. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і допов. К.: Знання-Прес, 2012. 384 с.

13. Козак Ю.Г., Сукач О.О., Бурлаченко Д.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2020. 268 с.
14. Кузьмін О.Є, Мельник О.Г., Мукан О.В. Бюджетування зовнішньоекономічної діяльності організацій: навч. посібник. Львів: Видавництво «Растр-7», 2011. 338 с.
15. Міжнародна торгівля: підручник. / За ред. Ю.Г. Козака. Київ-Катовіце-Краков: ЦУЛ, 2015. 272 с.
16. Облік зовнішньоекономічної діяльності: підручник. / В.Г. Козак, Т.О. Токарева, І.І. Богатирьов, Н.Ю. Грицак; за заг. ред. В.Г. Козака. Ужгород : УНУ, 2013. 648 с.
17. Олександренко І. Спільні підприємства як форма залучення іноземного капіталу. Економічний аналіз. 2018. № 2(18). С. 168–172.
18. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, К.І. Ржепішевського. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 656 с.
19. Офіційний сайт компанії ТОВ «Уапром». URL: <https://evo.company/>
20. Плакида С.І., Лохман Н.В. Проблеми та перспективи розвитку спільних підприємств в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/17_AND_2017/Economics/69229.doc.htm.
21. Погребняк Л.В. Спільні підприємства : навч. посібн. Львів : Вид-во ЛНАУ, 2010. 160 с.
22. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 року № 959-XII (в редакції від 15.08.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
23. Процес створення спільного підприємства. Майстерня своєї справи. URL: <https://msd.in.ua/proces-stvorenniya-spilnogo-pidpriyemstva/>
24. Румянцев А.П., Румянцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник / 2-е вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.

25. Савіцька О.П., Дюс Х.М. Проблеми та тенденції розвитку спільних підприємств України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. С. 284-290.
26. Скриль В.В. Оцінка діяльності спільних підприємств у вітчизняній економіці. Ефективна економіка. 2014. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3521>
27. Скриль В.В., Шикіло А.В. Мета та особливості створення підприємств з іноземними інвестиціями. Ефективна економіка. 2014. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3649>
28. Стадник В.В., Вешко О.В. Результати і перспективи діяльності спільних машинобудівних підприємств у контексті євроінтеграції. Вісник Хмельницького національного університету. 2015. № 3. Т. 3. С. 253-257.
29. Тюріна Н.М., Карвацька Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 408 с.
30. Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : ТНТУ, 2017. 137 с.
31. Шляга О. В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Шляга, М. В. Гульцев. – 2014. – URL:http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_066.pdf
32. Фінансові звіти незалежної аудиторської компанії за 2019–2020 рр. URL: <https://company.prom.ua/>
33. Ященко Вікторія. Методи аналізу ймовірності настання банкрутства на підприємстві URL: <https://naub.ua.edu.ua/2015.....8F/>
34. Как добиться повышения эффективности деятельности предприятия? URL:<https://legkopolezno.ru/rabota/effektivnost/povyshenie-effektivnosti-deyatelnostipredpriyatiya/>
35. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. – К.: Лібра, 2002. – 472 с.

36. Федоренко В.Г. Інвестознавство: Підручник. – 3-тє вид., допов. – К.: МАУП, 2004. – 480 с.
37. Торгова Л.В., Хитра О.В. Спільні підприємства в Україні: Організаційно-економічний механізм і ефективність функціонування. – К.: Фада, ЛТД, 2001. – 218 с.
38. Ющенко В. Необхідність залучення іноземного капіталу – одне з найважливіших завдань для України // Вісник НБУ. – №7. – 1999.
39. Попов С. Г. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Особенности менеджмента и маркетинга: Учеб. пособие. – Изд. 2-е, доп. – М.: Ось-89, 1999. – 288 с.
40. Ніколаєнко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №6. – С. 180 – 19
41. Расчет финансово-экономических показателей в проектах. URL: <https://www.src-master.ru/article26774.html>.
42. . UkraineInvest [Електронний ресурс] – URL: <https://ukraineinvest.com/>
43. Спільні підприємства в системі зовнішньоекономічної діяльності: створення, функціонування, оцінка ефективності. //Зб. наук. ст. студ. – К.: Київ. нац. Торг-екон. ун-т, 2021 – 33 с.

