

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Кафедра економіки, обліку та оподаткування

Павленко М. А.

Управління зовнішньо-економічним потенціалом підприємства

Management of the external economic potential of enterprises

Спеціальність 076 - «Підприємництво та торгівля»

Кваліфікаційна робота

Виконав студент групи

ПТмвн-21

Кваліфікаційна робота

Допущено до захисту

_____ 2024 р.

Завідувач кафедри

_____ В.М.Пилявець

Вінниця 2024

АНОТАЦІЯ

Павленко М. А. Управління зовнішньо-економічним потенціалом підприємства. - Рукопис.

Дослідження на здобуття освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля», освітньо-професійна програма. - Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, 2024.

У роботі дано визначення поняття стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств, запропоновано напрямки вдосконалення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

ANNOTATION

Pavlenko M. A. Management of the external economic potential of enterprises. - Manuscript.

Continuing to obtain a master's degree in specialty 076 "Entrepreneurship and Trade", educational and professional program. - Western Ukrainian National University, Ternopil, 2024.

The work has given an important understanding of the strategy of the external economic activity of enterprises, and has provided directions to the detailed strategy of the external economic activity of enterprises.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Особливості формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств України.....	5
1.2. Роль консалтингових послуг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.....	9
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "ГАЙСИНСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД".....	15
2.1. Аналіз господарської діяльності та фінансових результатів підприємства - ТОВ "Гайсинський молочний завод".....	15
2.2. Оцінка експортно-імпортних операцій у ТОВ "Гайсинський молочний завод".....	24
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГАЙСИНСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД».....	31
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44

ВСТУП

Економічні процеси в Україні сьогодні перебувають у складному стані, що створює виклики для вітчизняних виробників. Стремління отримати більший прибуток порівняно з внутрішнім ринком спонукає підприємства до освоєння міжнародних ринків. Зовнішньоекономічна діяльність є одним із ключових напрямків розвитку підприємств і важливим фактором їхньої ефективності. У цьому контексті особливо актуальним стає завдання створення дієвої системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, адже її організація суттєво впливає на успішність підприємств.

Для досягнення позитивних результатів як малі, так і великі компанії мають впроваджувати стратегічне мислення. Без наявності чіткої стратегії неможливий вихід на ринок, освоєння нових сегментів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Це сприяє збільшенню прибутковості підприємств, що, своєю чергою, позитивно відображається на їхньому розвитку і загалом на економіці країни.

Питання формування стратегій та вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності вже досліджували як українські, так і зарубіжні науковці, серед яких можна відзначити В.Д. Андріанова, І.В. Багрову, І.А. Гребельника, Т.П. Данька, І.І. Дахно, Л.В. Дейнеко, Г.М. Калетніка, Ю.Г. Козака, О.А. Кириченка, А.П. Кіреєва, В.В. Коломійця, Е.М. Короткова, Н.В. Куденка, Р.В. Логошу та інших.

Однак сучасна економічна наука досі не приділяє достатньої уваги питанням стратегічного управління, і багато аспектів цієї теми потребують подальшого вивчення та уточнення в рамках наукових досліджень.

Метою магістерської роботи є аналіз організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо вдосконалення управлінської структури шляхом формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності для ТОВ «Гайсинський молокозавод».

Досягнення поставленої мети зумовило вирішення таких основних завдань:

- дослідити роль консалтингових послуг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- окреслити напрямки вдосконалення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Об'єктом дослідження є процес розробки та реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах інтеграції до європейського ринку.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні засади формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства та методи оцінювання її результативності.

Методологічна основа дослідження базується на використанні загальнонаукових і спеціалізованих методів аналізу. Для вивчення економічної природи стратегії зовнішньоекономічної діяльності та механізмів її управління застосовано методи системного аналізу та наукової абстракції. Методи порівняння, графічного представлення, статистичного аналізу, синтезу, індукції, дедукції, математичного аналізу, а також маркетингові дослідження були використані для оцінки ефективності управлінської системи підприємства та аналізу поточного стану його зовнішньоекономічної діяльності.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у виявленні актуальних результатів та проблем зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні; досліджені впливу податкового механізму на здійснення ЗЕД в Україні; удосконаленні системи ЗЕД на підприємстві за допомогою виявлених першочергових шляхів, які повинні бути імплементовані на рівні держави та підприємства.

Практична значимість роботи полягає у розробці та економічному обґрунтуванню методів формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Особливості формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств України

В сучасних умовах зовнішня торгівля стає ключовим чинником, що сприяє розвитку як окремих галузей, так і економіки України в цілому. Для багатьох підприємств експортна діяльність виступає основним джерелом інвестиційних ресурсів та забезпечує фінансову стабільність. Це стимулює українських виробників активно впроваджувати сучасні підходи до роботи в умовах швидких змін на ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність, як важлива складова господарської активності, відіграє значну роль у розвитку ринкових відносин і зміцненні відкритості національної економіки. Ефективна організація зовнішньоекономічної діяльності сприяє не лише виходу на нові ринки збуту, але й створює умови для покращення позицій країни у міжнародній системі поділу праці.

Як зазначає В. Сухарський, зовнішньоекономічна діяльність охоплює широкий спектр напрямів, форм та методів торговельно-економічної, науково-технічної співпраці, а також кредитних і валютно-фінансових відносин між країнами, спрямованих на ефективне використання переваг міжнародного поділу праці [1]. Це визначення є всеосяжним, оскільки охоплює не лише економічну діяльність, але й різноманітні форми співробітництва. Проте зовнішньоекономічна діяльність не обмежується виключно використанням переваг міжнародного поділу праці, адже взаємодія на глобальному рівні здійснюється також між окремими економічними суб'єктами. Тому поняття зовнішньоекономічної діяльності потребує уточнення для кращого розуміння її ролі у розвитку підприємств та економіки в цілому.

Вчені у своїх дослідженнях виділяє основні складові зовнішньоекономічної діяльності, такі як міжнародна торгівля товарами та послугами, міжнародний рух виробничих факторів (капіталу, робочої сили, технологій) і міжнародна торгівля фінансовими інструментами (валютою, акціями, облігаціями, кредитами, розрахунками). Однак автор не уточнює, які саме суб'єкти беруть участь у цих зовнішньоекономічних відносинах [2].

Зовнішньоекономічна діяльність охоплює такі напрями, як експорт (реалізація товарів і послуг за межами країни), імпорт (закупівля продукції чи послуг у закордонних контрагентів), а також співробітництво з іноземними партнерами на території України чи за її межами. В економічній літературі зустрічаються різні підходи до трактування зовнішньоекономічної діяльності, що підкреслює багатогранність цього поняття.

Цікаво зазначити, що зовнішньоекономічна діяльність не завжди спрямована виключно на отримання прибутку. Вона може мати й інші цілі, наприклад, збільшення обсягів діяльності навіть за умови нижчої рентабельності, зниження витрат або ж реалізацію некомерційних проєктів. До таких належать ініціативи державних чи неприбуткових організацій, а також проєкти в межах корпоративної соціальної відповідальності, які мають суспільну або стратегічну значимість

Зовнішньоекономічна діяльність характеризується більшою складністю порівняно з внутрішньою, тому її активізація є важливим завданням державної політики, яке потребує висококваліфікованої консалтингової підтримки. Консалтинг відіграє важливу роль у реалізації стратегічних інтересів держави, допомагаючи розробляти і обґрунтовувати заходи для вдосконалення політики та законодавства, залучення іноземних інвестицій, збільшення обсягів експорту та оптимізації імпортних потоків.

Одним із важливих аспектів дослідження зовнішньоекономічної діяльності як об'єкта консалтингових послуг є аналіз її різновидів (див. додаток А). Зовнішньоекономічна діяльність охоплює різноманітні форми, об'єкти та види, які здійснюються фізичними особами, суб'єктами підприємницької

діяльності та їх об'єднаннями. Управління розвитком міжнародного співробітництва, транскордонної взаємодії, міжрегіонального партнерства та інших форм зовнішньоекономічної співпраці здійснюється органами влади різного рівня. Ефективність та доступність виходу суб'єктів господарювання на зовнішні ринки значною мірою залежать від рівня розвитку інституційної інфраструктури, яка підтримує зовнішньоекономічну діяльність.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності, будучи складовою загальної стратегії підприємства, є ретельно розробленим планом розвитку, спрямованим на вихід на міжнародні ринки, досягнення бажаної ринкової частки, а також посилення та утримання конкурентних переваг. Це поняття охоплює комплекс управлінських рішень, спрямованих на встановлення найефективніших цілей у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства, враховуючи можливі дії та реакції інших учасників ринку. Компанії, що функціонують на міжнародному ринку, повинні проводити детальний аналіз бізнес-середовища і розробляти заходи для підвищення своєї конкурентоспроможності, які відповідали б поточним ринковим умовам і тенденціям, а також враховували особливості виробничих процесів.

Формування стратегії ЗЕД має свої характерні особливості, які можна поділити на дві групи. До загальних відносять такі аспекти, як комплексність, врахування обмеженого кола ситуацій і факторів, а також взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерархічністю стратегій. Специфічні особливості включають пріоритетність зовнішньоекономічної діяльності для підприємства, орієнтацію на внутрішнє та зовнішнє середовище, а також набір управлінських рішень, які визначають оптимальні напрями ЗЕД і конкретні довгострокові дії для освоєння міжнародних ринків у межах загальної стратегії.

Водночас реалізація стратегії ЗЕД на підприємстві має свої переваги та недоліки, які слід враховувати для досягнення бажаних результатів.

Переваги впровадження стратегії зовнішньоекономічної діяльності для підприємства включають такі аспекти, як підготовка до непередбачуваних змін у зовнішньому середовищі, зменшення ризиків негативного впливу

динамічного міжнародного середовища, оптимізація використання ресурсів, створення умов для підвищення кваліфікації керівного складу та спеціалістів. Крім того, стратегія сприяє мотивації менеджерів до реалізації прийнятих рішень у довгостроковій перспективі, покращує координацію дій, формалізує розподіл повноважень і відповідальності між працівниками.

Разом з тим, формування стратегії управління має певні недоліки. Серед них можна виділити такі: зміщення акценту з виробничо-господарської орієнтації через переслідування короткострокових цілей, недооцінка підприємства як комплексної системи, де оперативні зміни впливають на стратегічні, відсутність чіткого розуміння потреб і очікувань цільової аудиторії, а також ослаблення або втрата стійких конкурентних позицій на ринку.

Основна мета розробки стратегії полягає у забезпеченні досягнення довгострокових цілей кожною функціональною службою підприємства, з урахуванням принципів корпоративної та конкурентної стратегій.

Визначальними й обмежувальними факторами при цьому є фінанси та інвестиції, людські ресурси, виробництво, інновації та маркетинг.

У результаті аналізу наукових робіт здійснено ідентифікацію та систематизацію факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність, які необхідно врахувати при формуванні стратегії розвитку ЗЕД (рис. 1.1).

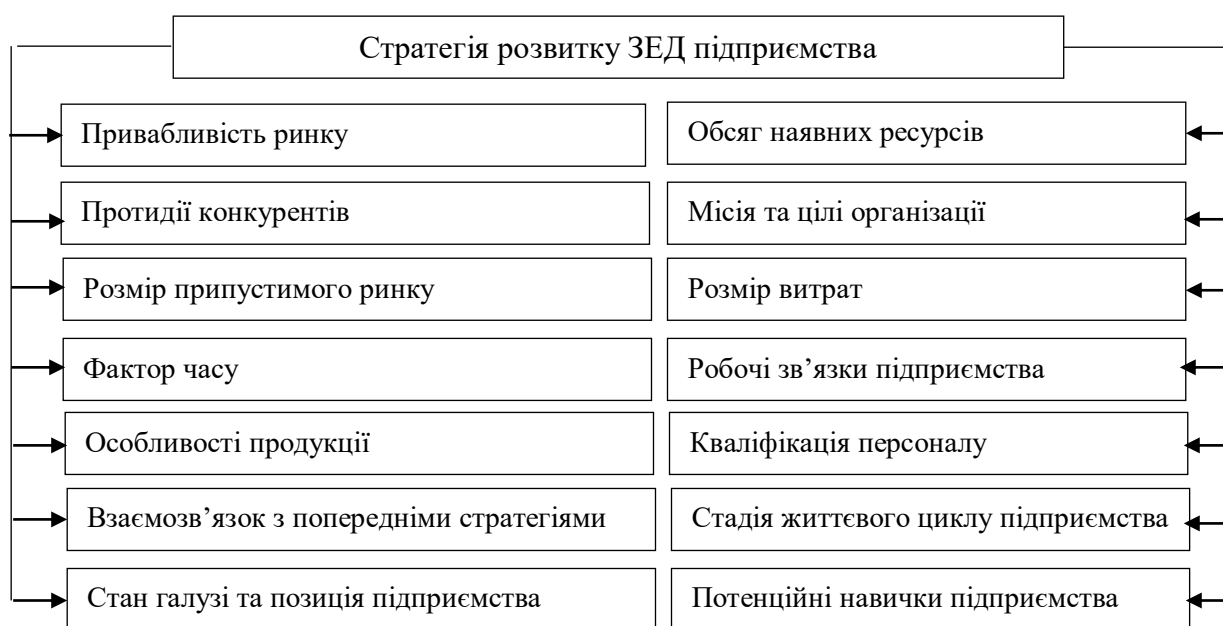


Рис. 1.1. Фактори впливу на формування стратегії розвитку ЗЕД

Очевидно, що врахувати всі фактори, наведені на рисунку 1.1, однаковою мірою під час формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства неможливо, особливо в умовах сучасних економічних викликів, що постають перед вітчизняними машинобудівними підприємствами.

На нашу думку, ключовими стратегіями для виходу на зовнішні ринки є ті, що спрямовані на визначення частки ринку, яку підприємство прагне зайняти, ідентифікацію цільової аудиторії споживачів, а також розробку заходів у межах кожного елемента комплексу маркетингу для досягнення встановлених цілей.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища, долати загрози та ризики тісно пов'язана з рівнем його конкурентоспроможності: чим більше переваг має підприємство, тим вища його готовність до змін.

1.2. Роль консалтингових послуг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності

Останніми роками в Україні спостерігається поживання зовнішньоекономічної діяльності, що проявляється у зростанні обсягів зовнішньоекономічних операцій, зокрема на одного суб'єкта, а також у збільшенні кількості учасників міжнародних відносин. Зокрема, за останні п'ять років обсяги експорту послуг зросли майже втричі, а імпорту - майже вчетверо. Кількість експортерів послуг у 2023 році порівняно з 2021 роком зросла на 3753 одиниці (118,6 %), а імпортерів послуг - на 3115 од. (132,4 %).

Водночас, низка ключових характеристик та параметрів розвитку системи зовнішньоекономічної діяльності України залишаються на недостатньому рівні або використовуються нераціонально. Це стосується як обсягів, так і ефективності діяльності на мікро- та макроекономічному рівнях, що становить загрозу для зовнішньоекономічної та національної безпеки країни.

Йдеться про низькі показники зовнішньоекономічної діяльності у розрахунку на одного суб'єкта (зокрема, на одну гривню власного капіталу чи одного працівника), недостатню географічну диверсифікацію експорту та імпорту, а також перевищення обсягів і випередження темпів зростання імпорту над експортом (на 22 % для товарів та на 42 % для послуг). Крім того, спостерігається переважання прямих інвестицій в економіки інших країн над інвестиціями в Україну, висока частка експорту продукції сировинного характеру та продукції з низьким ступенем обробки, тоді як частка високотехнологічної продукції залишається мізерною. Імпорт продовольства займає значну частку у внутрішньому споживанні, що також відображає зменшення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Ситуація ускладнюється погіршенням товарної структури імпорту та зростанням енергетичної залежності України через збільшення частки енергетичних матеріалів, нафти та продуктів її переробки в імпорті. Також спостерігаються надмірні диспропорції у розподілі іноземних інвестицій - 65,6 % зосереджено лише в окремих регіонах. Використання механізмів зовнішнього інвестування для мінімізації внутрішніх податкових зобов'язань підриває економічну та зовнішньоекономічну безпеку держави. Наприклад, частка Кіпру як провідного партнера у загальному обсязі зовнішнього інвестування зросла з 8,2 % до 31,5 %, що свідчить про надмірну концентрацію інвестицій у країнах із сприятливими податковими умовами.

Недостатнє консалтингове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, особливо на всіх рівнях системної ієрархії управління, є однією з причин вищезазначених проблем. За результатами досліджень ринку консалтингових послуг встановлено, що, попри наявний та зростаючий попит, ринкова ніша цих послуг заповнена лише на 33 % [22].

Отже, можна зробити висновок, що глобалізація світової економіки, розвиток інформаційного суспільства та зростання попиту на консалтингові послуги у сфері зовнішньоекономічної діяльності є закономірними процесами. Зростання інформаційного сектору економіки, яке спостерігається в останні

десятиліття, наочно демонструє збільшення ролі інформації консультативного характеру, що, у свою чергу, веде до постійного зростання попиту на інформаційні продукти.

Проте оцінити ринок консалтингових послуг в Україні нині доволі складно. Це пов'язано з низкою чинників, зокрема: значною кількістю дрібних консалтингових компаній, інформація про діяльність яких є закритою; наявністю значного тіньового сегмента ринку, частка якого, за різними оцінками, становить 30-40 %, що зумовлено нематеріальним характером консалтингових послуг; відсутністю чіткого визначення терміну "консалтинг" та його меж на законодавчому рівні.

Через це оцінки ринку консалтингу в Україні мають значні розбіжності, оскільки експерти включають у цей сектор різні сфери діяльності. Водночас існує єдина думка: ринок консалтингових послуг в Україні перебуває на етапі формування і ще не досяг зрілого стану.

Згідно з даними Європейської Федерації Консультантів з управління, оптимальним вважається рівень обсягу консалтингових послуг, коли їх частка становить близько 1 % від ВВП. Цей показник спостерігається в таких країнах, як Австрія, Швеція та Німеччина, а у Фінляндії та Норвегії він досягає 1,1 %. У Данії та Великобританії частка консалтингових послуг у ВВП становить 0,9 %. Для України цей показник лише на рівні 0,3 %, що втричі менше порівняно з країнами-лідерами.

Структура українського ринку консалтингу виглядає наступним чином: перше місце займає сегмент інформаційних технологій (27 %), що становить майже третину загального обсягу ринку. На другому місці – юридичний консалтинг із часткою 15 %. Далі йдуть маркетингові дослідження ринків (13 %), фінансовий консалтинг і аудит (11 %), реорганізація та реструктуризація (9 %), навчальний консалтинг, включно з тренінгами та семінарами (5 %), і стратегічне планування (4 %). Інші види консалтингу, такі як оцінка вартості, управління персоналом, розробка бізнес-планів, енергозбереження, сертифікація та управління якістю, займають від 0,3 % до 4 % ринку.

Динаміка розвитку ринку консалтингових послуг в Україні коливається в межах 20-60 % залежно від сегмента. Проте, за останні п'ять років обсяги цього ринку оцінюються експертами в межах від 170 до 350 млн доларів США, що свідчить про наявність значного потенціалу для подальшого зростання.

За даними Державного комітету статистики України, обсяг ринку консалтингових послуг в Україні становить близько 3 млрд доларів США, демонструючи щорічний приріст у межах 40–45 %. Основну частку ринку займають консультаційні послуги для підприємств (76,7 %), 19,7 % припадає на інформаційний консалтинг, а на навчання персоналу - лише 3,7 %.

Дослідження свідчать про стабільне зростання ринку консалтингових послуг протягом останніх років. Основними драйверами цього розвитку є зростання економіки, розширення споживчих ринків, а також залучення як внутрішніх, так і іноземних інвестицій. Офіційні дані вказують, що приріст обсягів наданих послуг у різних сегментах ринку коливався від 20 % до 60 %. Особливо значний приріст спостерігався у сфері консультування з підбору персоналу, де обсяги послуг збільшилися в 4,5 рази - з 282,1 млн грн у 2021 році до 1270,1 млн грн у 2023 році.

Попит на консалтингові послуги підтверджують дані опитувань: 44 % підприємств відчують потребу в таких послугах, ще 45,8 % допускають можливість їх використання в окремих випадках, а лише 3,6 % вважають їх зайвими витратами. Водночас значна частина клієнтів (45–60 %) залишається незадоволеною якістю отриманих консультацій. За оцінками, від 40 % до 45 % українських підприємств планують скористатися консалтинговими послугами в найближчому майбутньому.

Основним фактором, який стримує зростання обсягів консалтингових послуг, є побоювання щодо розкриття конфіденційної інформації клієнтів, що суттєво впливає на довіру до консалтингових компаній.

На нашу думку, консалтинг у сфері зовнішньоекономічної діяльності слід розглядати не просто як окремі послуги консультантів, а як повноцінну

індустрію, яка забезпечує підприємства необхідною інформацією про обрані ринки. Консалтинг у цій сфері має свої специфічні риси (див. Додаток Б).

Відповідно до останніх досліджень, консалтингова підтримка зовнішньоекономічної діяльності в Україні є недостатньою, оскільки ринкова ніша консалтингових послуг заповнена лише на 33 % [28]. Низький рівень консалтингового забезпечення може спричинити низку проблем, серед яких скорочення обсягів експорту, недостатня географічна диверсифікація, а також перевищення обсягів імпорту над експортом та швидші темпи його зростання [29]. У зв'язку з цим, обґрунтування ефективних стратегічних і тактичних підходів до розвитку консалтингу в системі зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно актуальним.

Формування стратегії розвитку консалтингових послуг має базуватися на системному підході, який дозволяє інтегрувати кількісні та якісні параметри розвитку консалтингових компаній, стратегії суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, оптимізацію логістичних і фінансових потоків, а також врахування ризиків. Важливим є також урахування функціональних підсистем, таких як планування, організація, мотивація та контроль.

Виходячи з наведених передумов, можна сформулювати ключові пріоритети розвитку консалтингу в системі зовнішньоекономічної діяльності (Додаток В). На нашу думку, консалтинг у сфері зовнішньоекономічної діяльності слід розглядати не просто як окремі послуги консультантів, а як повноцінну індустрію, яка забезпечує підприємства необхідною інформацією про обрані ринки. Консалтинг у цій сфері має свої специфічні риси (Додаток Б). Відповідно до останніх досліджень, консалтингова підтримка зовнішньоекономічної діяльності в Україні є недостатньою, оскільки ринкова ніша консалтингових послуг заповнена лише на 33 % [28]. Низький рівень консалтингового забезпечення може спричинити низку проблем, серед яких скорочення обсягів експорту, недостатня географічна диверсифікація, а також перевищення обсягів імпорту над експортом та швидші темпи його зростання [29]. У зв'язку з цим, обґрунтування ефективних стратегічних і тактичних

підходів до розвитку консалтингу в системі зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно актуальним.

Формування стратегії розвитку консалтингових послуг має базуватися на системному підході, який дозволяє інтегрувати кількісні та якісні параметри розвитку консалтингових компаній, стратегії суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, оптимізацію логістичних і фінансових потоків, а також врахування ризиків. Важливим є також урахування функціональних підсистем, таких як планування, організація, мотивація та контроль. Виходячи з наведених передумов, можна сформулювати ключові пріоритети розвитку консалтингу в системі зовнішньоекономічної діяльності (див. Додаток В).

Для ефективного впровадження розробленої стратегії необхідно чітко розподілити функції, повноваження та відповідальність між основними і другорядними суб'єктами системи зовнішньоекономічної діяльності. Також важливо забезпечити належний рівень інвестиційно-ресурсного забезпечення, що включає залучення фінансових, інформаційних, інтелектуальних, кадрових, матеріально-технічних та інших ресурсів.

Ключову роль у цьому процесі відіграє держава. Її зусилля мають бути зосереджені на фінансуванні заходів із демонополізації ринку державних інформаційних послуг і підприємств консалтингової сфери в системі зовнішньоекономічної діяльності. Крім того, важливо створити ефективну систему інформаційного забезпечення для підтримки розвитку політики консалтингового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Це зумовлено низькою кількістю ефективно працюючих підприємств у сфері консалтингу, їх незначною часткою на ринку, малими обсягами діяльності, а також відсутністю чітко визначених перспектив і достатніх фінансово-економічних ресурсів для зміцнення конкурентних позицій як на міжнародному, так і на внутрішньому ринку консалтингових послуг.

Під час формування пріоритетних напрямків розвитку консалтингових послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності слід враховувати інтереси та потреби суб'єктів, на яких спрямована ця діяльність.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "ГАЙСИНСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД"

2.1 Аналіз господарської діяльності та фінансових результатів підприємства - ТОВ "Гайсинський молочний завод"

ТОВ "Гайсинський молочний завод", розташований у місті Гайсин Вінницької області, функціонує з 1932 року. Незважаючи на поважний вік, підприємство продовжує поєднувати сучасні технології з традиціями виробництва сиру та масла.

Протягом останнього десятиліття завод зазнав повної технічної модернізації. Прийом сировини обладнаний новітньою технікою для бактеріофілізації, сепарування та пастеризації, що дозволяє закуповувати молоко, яке відповідає встановленим стандартам якості. Лабораторію для виробництва м'яких і твердих сирів повністю оновлено, модернізовано камери дозрівання сиру та розширено площі для зберігання готової продукції.

Особливу увагу приділено екологічним аспектам діяльності. У 2014 році було впроваджено технологію нанофільтрації сироватки, яка дозволяє зменшити вміст мінеральних речовин, таких як хлориди натрію та калію, а також скоротити обсяг сироватки та здійснити її часткову демінералізацію. Раніше сироватка зливалася, завдаючи шкоди навколишньому середовищу.

На початку 2018 року на заводі введено в експлуатацію установку для виробництва сухого молока. Це дозволило почати виробництво сухої сироватки та сухого знежиреного молока, значно розширивши асортимент продукції та вдосконаливши технологічні процеси.

Наразі завод має виробничі потужності, що дозволяють щомісячно випускати 300 тонн твердого та 180 тонн м'якого сиру, 540 тонн масла та спредів, а також 360 тонн сухих молочних продуктів.

ТОВ «Гайсинський молокозавод» активно розширює географію своїх поставок, виходячи за межі України. Продукція підприємства експортується до таких країн, як Латвія, Молдова, Румунія, Грузія, Казахстан, Єгипет, Йорданія, В'єтнам, Саудівська Аравія, Гонконг, Китай та інших.

На заводі функціонує сучасна лабораторія, оснащена передовим обладнанням, яка здійснює постійний контроль якості сировини та готової продукції, забезпечуючи відповідність санітарно-гігієнічним нормам.

Підприємство впровадило систему управління якістю та безпечністю харчових продуктів відповідно до міжнародних стандартів ISO 22000 (НАССР), що підтверджує його прагнення до високих стандартів якості.

Виробничі потужності ТОВ «Гайсинський молокозавод» дозволяють задовольняти потреби внутрішнього ринку та здійснювати експорт продукції. Компанія має стратегічні плани щодо подальшого розвитку на міжнародному ринку та прагне бути надійним партнером, завжди враховуючи побажання своїх клієнтів.

Наразі продукція ТОВ "Гайсинський молочний завод" представлена в більшості регіонів України, але підприємство зацікавлено в розширенні ринку збуту продукції і готові розглянути зустрічні пропозиції щодо можливого партнерства в тих регіонах, де наша продукція ще не представлена. Ми пропонуємо нашим партнерам вигідні умови роботи.

Проведемо аналіз динаміки зміни основних показників діяльності суб'єкта господарювання (Додаток Д).

Аналізуючи дані таблиці (у додатку Д), можна відзначити позитивну тенденцію зростання чистого доходу (виручки). У 2021 році цей показник збільшився на 16,8%, а у 2022 році приріст склав 51,5% порівняно з 2021 роком. Подібну динаміку демонструє і собівартість продукції, яка зросла на 23,7% у 2021 році та на 37,2% у 2022 році.

У 2021 році темпи зростання собівартості перевищували темпи зростання чистого доходу, що призвело до зниження валового прибутку на 22%. Як наслідок, підприємство у 2021 році отримало негативний фінансовий результат - збиток у розмірі 23 208 тис. грн. Проте у 2022 році фінансові показники суттєво покращилися: підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 181 710 тис. грн, що свідчить про значний прогрес у фінансовій діяльності заводу.

Таблиця 2.1

Оцінка динаміки і складу фінансових результатів ТОВ «Гайсинський молокозавод», 2021-2023 рр., тис. грн.*

Показники	Роки			Відхилення (+/-)	
	2021	2022	2023	2022 р. від 2021 р.	2023 р. від 2022 р.
1. Чистий дохід тис.грн.	1991387	2326475	3526358	+335080	+1199883
2.Витрати змінні тис.грн.	1813081	2274435	3183745	+461354	+909310
3. Витрати постійні тис.грн.	82800	22100	14036	-60700	-8064
4.Маржинальний дохід (р.1-р.2) тис.грн.	178306	52040	342613	+126266	+290573
5. Відхилення маржинального доходу від постійних витрат (р.4-р.3) тис.грн.	95506	29940	328544	-65566	+298604
6.Рівень маржинального доходу (р.4/р.1)	0,09	0,02	0,1	-0,07	+0,08
7. Співвідношення постійних та змінних витрат (р.3/р.2)	0,05	0,01	0,01	-0,04	-
8.Співвідношення чистого доходу і змінних витрат (р.1/р.2)	1,1	1,02	1,12	-0,08	+0,1
9.Точка беззбитковості (р.3/р.6) тис.грн.	920000	1105000	140360	+185000	-964640
10.Зона безпеки (р.1-р.9) тис.грн.	1071387	1221475	3385998	+150088	+2164
11. Запас надійності (р.1-р.9) /р.1*100%	53,8	52,5	96,0	-1,3	+43,5

*Джерело: Побудовано автором за даними звітностей ТОВ «Гайсинський молокозавод»

Протягом аналізованого періоду спостерігалось зростання валюти балансу підприємства. У 2021 році приріст становив 7,6%, а у 2022 році - 23,3%. Основні складові балансу, такі як необоротні та оборотні активи, а також залучений капітал, демонстрували позитивну динаміку. Водночас у 2021

році було зафіксовано зниження власного капіталу на 5,2%, проте у 2022 році цей показник зріс на 47,6%, що є значним покращенням.

Аналіз показав, що 2021 рік був найменш продуктивним у досліджуваному періоді. У 2022 році всі фінансові показники підприємства суттєво покращилися. Фінансовий результат від операційної діяльності, який у 2021 році знизився на 95,3%, у 2022 році зріс на 75,3%. Попри зростання інших витрат та фінансових витрат у 2022 році, фінансовий результат до оподаткування збільшився більш ніж у 9 разів порівняно з 2021 роком і досягнув 237 984 тис. грн.

Чистий прибуток у 2022 році також демонстрував значний приріст, збільшившись більш ніж у 8 разів порівняно з попереднім роком. Це свідчить про суттєве покращення фінансових результатів підприємства у 2022 році.

Аналіз показав, що у 2021-2023 роках основну частину доходів підприємства (понад 99%) становили надходження від реалізації продукції. Інші операційні доходи мали незначну частку (менше 1%), а решта доходів практично не впливала на загальну структуру доходів заводу.

Така структура доходів є типовою для виробничих підприємств, оскільки основним джерелом прибутку повинна бути саме реалізація продукції.

Дані таблиці 2.2 свідчать, що динаміка прибутку від реалізації продукції протягом досліджуваного періоду була неоднорідною. Зокрема, у 2021 році спостерігалось його зниження, що призвело до скорочення частки в структурі чистого доходу на 4,5 відсоткових пункти. Проте вже у 2022 році прибуток від реалізації значно зріс і становив 6936 тис. грн., що на 5471 тис. грн. більше, ніж у 2021 році. Крім того, у 2022 році цей показник перевищив прибуток від реалізації за 2021 рік на 516 тис. грн. і досяг 1465 тис. грн.

Таблиця 2.2

Аналіз прибутку від реалізації продукції ТОВ «Гайсинський
молокозавод», 2021-2023 рр.*

Показники	2021 р.		2022 р.		2023 р.		Відхилення частки	
	Тис.грн.	%	Тис.грн.	%	Тис.грн.	%	2022 р. від 2021 р.	2023 р. від 2022 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1991387	100	2326475	100	3526358	100	-	-
2.Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1691572	84,9	2092681	90,0	2870720	81,4	+5,1	-8,6
3.Адміністративні витрати	40711	2,0	47558	2,0	66842	1,9	-	-0,1
4.Витрати на збут	130184	6,5	138585	6,0	188946	5,3	-0,5	-0,7
5.Повна собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (р.2+р.3+р.4)	1862467	93,5	2278824	98,0	3126508	88,7	+4,5	-9,3
6.Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (р.1-р.5)	128920	6,5	47651	2,0	399850	11,3	-4,5	+9,3

*Джерело: Побудовано автором за даними звітностей ТОВ «Гайсинський молокозавод».

Позитивним аспектом є суттєве покращення структури прибутку від реалізації. У 2022 році спостерігалось значне зменшення частки повної собівартості в загальній сумі чистого доходу (на 9,3%), що призвело до збільшення частки прибутку від реалізації. Якщо в 2021 році частка прибутку від реалізації становила 6,5%, а в 2022 році - лише 2%, то в 2023 році цей показник досягнув 11,3%, що забезпечує значні резерви для зростання прибутковості підприємства. Позитивною є також тенденція до зниження частки собівартості у структурі прибутку від реалізації. Отже, аналіз фінансово-економічних показників підприємства демонструє позитивну динаміку зростання прибутку від реалізації продукції в період 2021-2023 років.

Молочний сектор України, попри виклики війни, почав демонструвати зростання у 2023 році, що стало наслідком змін у агропромисловому комплексі.

Зокрема, несприятливі умови для рослинницького сектору, орієнтованого на експортні культури, які вже не забезпечували високої маржинальності, змінили інвестиційні рішення агропідприємств на користь молочного сектору. Враховуючи сприятливу ринкову кон'юнктуру для молочних продуктів, виробництво молока наразі виглядає більш привабливим з точки зору рентабельності. Це може стимулювати сільськогосподарські підприємства до збільшення інвестицій у молочне виробництво.

Для подальшого розвитку молочного сектору важливо зберігати державну підтримку, яка сприятиме залученню інвестицій та підвищенню ефективності виробництва. Станом на сьогодні середній надій молока на одну корову в сільськогосподарських підприємствах України не перевищує 7 000 кг, що значно поступається показникам у розвинених країнах. Це свідчить про наявність значного потенціалу для підвищення продуктивності та рентабельності молочного скотарства, а для досягнення конкурентоспроможності необхідно вдосконалювати технології утримання та вирощування худоби. Отже, акцент на модернізацію технологічної бази та залучення додаткових фінансових ресурсів здатен значно підвищити ефективність молочного сектору, що матиме позитивний вплив на розвиток агропромислового комплексу загалом.

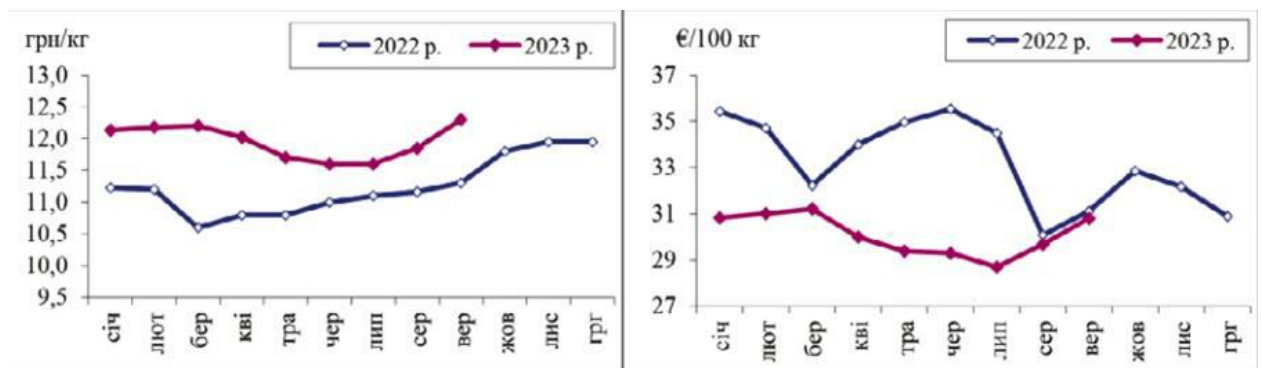


Рис.2.1 Динаміка цін на молоко-сировину гатунку «екстра» в Україні у 2022-2023 рр. (ліворуч – у грн, праворуч – у Євро за курсом НБУ)

У 2023 році ціни на молоко екстра гатунку, виражені в гривнях, були значно вищими, ніж у попередньому році.

У лютому-березні 2023 року середній рівень цін коливався в межах 12,15-12,20 грн/кг (без ПДВ). З квітня 2023 року в Україні спостерігалось сезонне зниження цін, пік якого припав на червень-липень, коли ціни впали до 11,6 грн/кг (без ПДВ), що на 5% нижче пікового рівня кінця зими та початку весни 2023 року.

У серпні 2023 року в Україні спостерігалось зростання цін на сире молоко, що було зумовлене підвищенням попиту з боку молочних переробних підприємств через очікуване сезонне збільшення споживання молочних продуктів та зниження обсягів виробництва сирого молока, спричинене несприятливими погодними умовами.

У вересні ціна на сире молоко в національній валюті перевищила показники лютого-березня 2023 року, досягнувши рекордного рівня. Сезонне підвищення цін у другій половині 2023 року перевищує темпи аналогічного періоду 2022 року. Ціни на сире молоко, перераховані в євро, з березня 2023 року демонстрували тенденцію до зниження і тривалий час залишалися нижче 0,3 євро/кг (згідно з національними звітами щодо вмісту жиру та білка). Однак із серпня ціни почали стрімко зростати, досягнувши рівня, близького до показників минулого року, хоча в першій половині 2023 року вони були значно нижчими, ніж у 2022 році. Варто зазначити, що в другій половині 2022 року (після девальвації гривні) та в першій половині 2023 року ціни на сире молоко в Україні залишалися суттєво нижчими за середній рівень цін у країнах ЄС.

У грудні 2022 року, коли в ЄС спостерігалось останнє підвищення цін на сире молоко, національний рівень цін в Україні складав менше 60% від середнього рівня цін у ЄС та Польщі. Однак до серпня 2023 року цей показник зріс до 80%, а у вересні 2023 року перевищив цей рівень. Це свідчить про те, що у другій половині 2023 року Україна поступово втрачає свою цінову конкурентну перевагу на ринку сирого молока, яка дозволяла активно

експортувати значні обсяги молочної продукції у другій половині 2022 року та першій половині 2023 року. Підвищення цін на сире молоко восени 2022 року було зумовлене як сезонними чинниками (традиційне осіннє зростання цін), так і збільшенням обсягів експорту молочних продуктів, який досяг свого максимуму у вересні 2022 року. Завдяки значному експорту та сприятливій ціновій кон'юктурі на зовнішніх ринках, восени 2022 року молокопереробні підприємства суттєво нарастили закупівлю молочної сировини, що призвело до підвищення цін унаслідок конкуренції за ресурси.

У 2023 році ситуація змінилася: обсяги експорту молочних продуктів суттєво знизилися порівняно з попереднім роком. Тенденція до скорочення експорту спостерігається з червня 2023 року і, ймовірно, триватиме до кінця року. Як наслідок, умови для зростання цін на сире молоко в другій половині 2023 року відрізняються від торішніх, коли експорт був ключовим фактором підвищення цін.

Подальша динаміка цін на ринку сирого молока залежатиме від низки чинників, зокрема від кон'юктури ринку, змін обсягів споживання внаслідок повернення українців з-за кордону та експортних перспектив. Проте в короткостроковій перспективі очікується подальше зростання цін на молочну сировину, що може негативно вплинути на конкурентоспроможність вітчизняної молочної продукції.

Варто зазначити, що, враховуючи цінову ситуацію на ринку зернових та олійних культур, вартість кормів цього року суттєво не зросла.

За оцінками експертів, рівень цін у вересні 2023 року дозволяє молочним фермам, які впроваджують сучасні технології утримання корів, забезпечувати стабільну та прийнятну рентабельність бізнесу. У той же час восени 2023 року експортний фактор вже не відіграватиме ключової ролі у значному зростанні цін на молочну сировину, як це було восени 2022 року. До 2023 року вартість сирого молока в ЄС суттєво знизилася - в середньому на 26%, що значно послабило або навіть повністю знівелювало цінову перевагу молочних продуктів, вироблених у ЄС.

Протягом 2023 року ціни на перелічені молочні продукти стабільно знижувалися, що зробило український експорт менш конкурентоспроможним порівняно з 2022 роком. У цілому, світова кон'юнктура молочного ринку у 2023 році виявилася несприятливою для розвитку молочної галузі України.

У результаті, зважаючи на поточний рівень світових цін на молочні продукти та ціни на молочну сировину в ЄС, перспективи українського експорту молочних продуктів значно погіршилися порівняно з другою половиною 2022 року та першою половиною 2023 року. Крім того, імпорту молочних продуктів, особливо сирів, суттєво зріс через повернення мігрантів до України. Внаслідок цього, на відміну від 2022 року, імпорту молочна продукція знову з'явилася на полицях багатьох супермаркетів у другій половині 2023 року.

Значне зростання цін на молочну сировину в таких умовах спричинить зниження конкурентоспроможності вітчизняної молочної продукції, зменшення прибутковості молокопереробних підприємств, а в довгостроковій перспективі – зниження обсягів закупівель молочної сировини, що, у свою чергу, призведе до падіння її ціни.

Ключовим завданням осені 2023 року є досягнення балансу між ціновими очікуваннями виробників молока та можливостями молокопереробних підприємств. Важливу роль також відіграє ринкова ситуація на молочну сировину та продукти як у світі, так і в Європі. Поки що світові ціни залишаються низькими, що ускладнює для виробників молока забезпечення прийнятної рентабельності.

Важливим є і державне регулювання: у 2022-2023 рр. держава припинила підтримку комерційних молочних ферм з об'єктивних причин.

2.2. Оцінка експортно-імпортних операцій у ТОВ "Гайсинський молочний завод"

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств належить до одних із найбільш регульованих сфер господарської діяльності. У процесі здійснення зовнішньоекономічних операцій вітчизняні підприємства стикаються з різноманітними ризиками, такими як валютні, фінансові, комерційні, податкові тощо.

Для забезпечення ефективності експортно-імпортних операцій на підприємстві необхідно впровадити системний підхід, що охоплює організацію якісної системи обліку, дотримання митного, податкового, бухгалтерського та валютного законодавства, а також створення надійної системи внутрішнього контролю. Контроль господарських операцій має здійснюватися на всіх етапах, починаючи від планування і завершуючи виконанням зобов'язань. Виділення ключових стадій і процесів, що стосуються експорту та імпорту, сприятиме впровадженню своєчасного, достовірного й ефективного контролю за зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Основною метою внутрішнього контролю на підприємстві має бути попередження порушень чинного законодавства, підвищення ефективності господарської діяльності та уникнення негативних наслідків.

На рис. 2.2 зображено послідовність етапів господарських операцій, яка є основою для організації контролю за зовнішньоекономічною діяльністю у сфері експорту та імпорту товарів і послуг.

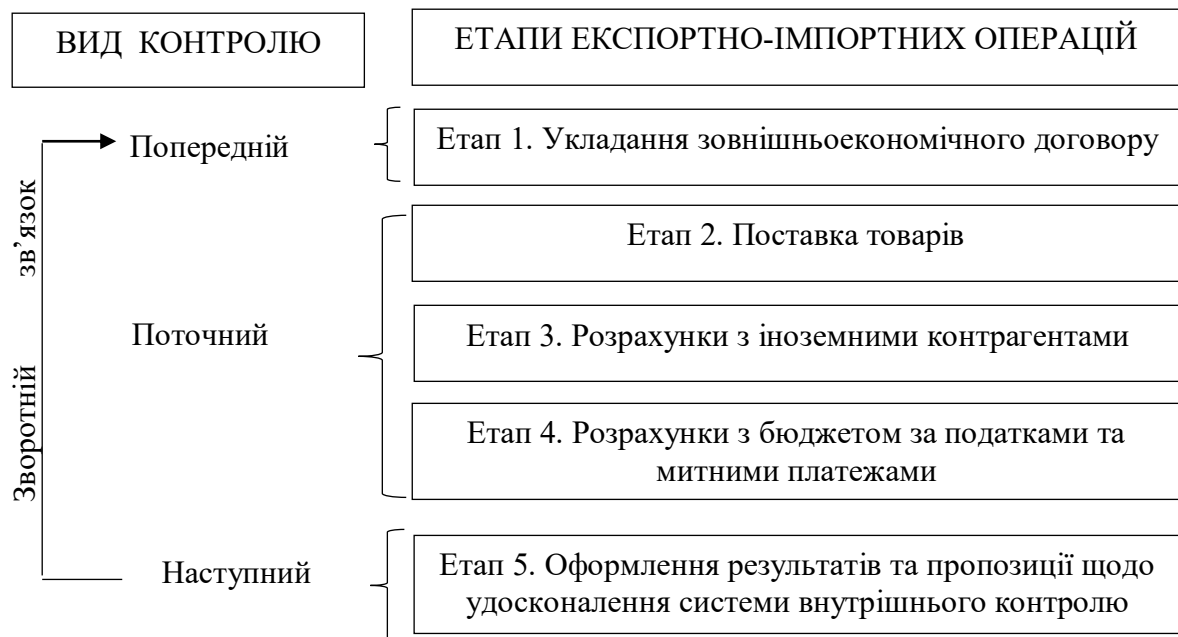


Рис. 2.2. Внутрішній контроль відповідно до етапів здійснення експортно-імпортних операцій

Як показано на рис. 2.2, контроль експортно-імпортних операцій розпочинається з перевірки контрактної діяльності підприємства. Це включає аналіз зовнішньоекономічних договорів на відповідність міжнародним і національним нормативно-правовим актам, а також внутрішнім стандартам і положенням підприємства щодо договірної політики. Особлива увага приділяється наявності необхідних ліцензій або квот для здійснення експортно-імпортних операцій, відповідності умов договору домовленостям між сторонами, правильності застосування правил ІНКОТЕРМС і визначенню моменту переходу права власності на товар.

Попередній контроль, який є частиною цього процесу, передбачає перевірку запланованих дій чи рішень і стосується операцій, що ще не були реалізовані [22].

Зовнішньоекономічний договір виступає ключовим документом, що регулює майбутні операції, порядок розрахунків, права, обов'язки та відповідальність сторін, а також визначає специфіку бухгалтерського обліку

експортно-імпортних операцій. Тому попередній контроль будь-якої операції з експорту чи імпорту повинен починатися саме з детального аналізу та перевірки цього договору.

Поточний контроль є фактичним контролем, що охоплює дії та операції в процесі їх виконання. Його основна мета - встановлення відповідності цих дій визначеним нормам, правилам і принципам, таким як ліміти видачі, нормативні положення та раціональне господарювання. Такий контроль виконує функцію своєчасного попередження негативних наслідків і забезпечує оперативне реагування на загрози, пов'язані з порушенням правил, нераціональним використанням ресурсів, фальсифікацією або недотриманням принципів нагляду.

Поточний контроль здебільшого здійснюється у формі функціонального контролю, хоча може включати елементи інституційного контролю [15].

У рамках поточного контролю перевіряється рух товарів за експортно-імпортними операціями, а також здійснюються перевірки розрахунків із контрагентами, податками та платежами безпосередньо під час виконання господарських операцій.

Поточний контроль за рухом товару, на нашу думку, буде результативним і ефективним за таких умов: якщо на будь-якому етапі руху до передачі покупцю можна визначити точне місцезнаходження кожної партії товарів, а також якщо вчасно вживаються заходи для прискорення процесу товарообігу та запобігання виникненню додаткових витрат. До таких витрат можуть належати зберігання товарів на складі протягом тривалого часу, їх пошкодження або зникнення.

До моменту прибуття товару в пункт призначення, встановлений базисними умовами поставки, контроль за рухом товару здійснює продавець. На етапах відвантаження, транспортування та оформлення митних документів у країні постачальника проводяться спостереження, документування виконуваних операцій, а також фіксація відхилень від умов, зазначених у контракті. На основі цих даних складаються звітні документи, що

підтверджують виконання або невиконання умов щодо руху товару в країні постачальника та його митного оформлення.

Ключовим аспектом експортно-імпортних операцій є момент переходу ризиків і відповідальності за втрати від продавця до покупця, оскільки саме з цього моменту контроль за операцією переходить до покупця як власника імпортованого товару. Для забезпечення ефективного контролю покупець оцінює проведену операцію, включаючи перевірку збереженості товару та аналіз витрат, пов'язаних із транспортуванням.

Додаткові витрати, що виникають у процесі експортно-імпортової діяльності, можуть бути обумовлені затримкою товарів у портах, на складах або інших пунктах через обставини, які не завжди залежать від підприємства. Наприклад, затримки можуть виникати через призупинення ввезення чи вивезення товарів, спричинене змінами ринкової кон'юнктури або форс-мажорними ситуаціями. Однак затримки також можуть бути результатом помилок самого підприємства, таких як відсутність транспортних засобів для перевезення товару або помилкове відвантаження за неправильною адресою [23].

Контрольні дії повинні бути спрямовані на виявлення причин тривалого зберігання товарів у місцях призначення, встановлення обставин, що призвели до затримок, та впровадження заходів для запобігання їх повторенню в майбутньому.

Контроль за доставкою товару до місця призначення (на підприємство-покупця) здійснюється із застосуванням таких методів, як виявлення, оцінка, групування, фіксація та документування.

Групування витрат передбачає документальне підтвердження, що дозволяє встановити обґрунтованість і законність віднесення окремих статей на витрати. У процесі бухгалтерського обліку необхідно оцінювати доцільність, повноту та правильність врахованих витрат. Особлива увага приділяється перевірці, чи не включені до витрат, пов'язаних із доставкою, штрафи за

простій транспорту, недостачі понад встановлені норми природного убутку та інші необґрунтовані витрати.

Отримання товару на підприємстві передбачає його оприбуткування матеріально-відповідальною особою, а також фактичну перевірку при використанні товару для господарських потреб. Перевірка збереженості товарно-матеріальних цінностей є особливо важливою, оскільки при транспортуванні або використанні товарів можуть виникати випадки втрат, крадіжок чи псування.

Ефективно організований контроль на підприємстві дозволяє мінімізувати ризики таких ситуацій, забезпечуючи належний рівень збереженості експортних та імпорتنих товарів.

Контроль за заборгованістю вимагає особливої уваги до виявлення простроченої заборгованості та аналізу причин її виникнення. Для цього доцільно використовувати робочу документацію у вигляді "Відомості заборгованості за розрахунками з постачальниками і покупцями за період". У цій відомості відображається інформація про контрагентів, дату виникнення та погашення заборгованості, суми заборгованості, простроченої заборгованості, строки позовної давності та безнадійну заборгованість.

Реєстрація даних про виникнення, погашення, визнання простроченої та претензійної заборгованості сприяє ефективному контролю розрахунків із постачальниками та підрядниками.

Під час контролю розрахунків детально аналізуються випадки відмови в оплаті рахунків із визначенням рівня відповідальності підприємства, наприклад, через відвантаження товару за неправильною адресою або невідповідність умовам замовлення. Водночас необхідно перевіряти обґрунтованість таких відмов і чи застосовувалися відповідні санкції у випадку безпідставної відмови.

Контроль за експортно-імпортними операціями залежить від форми розрахунків. У разі видачі або отримання авансів контролер має перевіряти відповідність сум умовам контракту та супровідним документам, правильність

бухгалтерського відображення авансових платежів, а також своєчасність повернення коштів у випадках розірвання договорів або непоставки (недопоставки) товарів.

Контроль розрахунків також має на меті запобігання несвоєчасному надходженню оплати за відвантажений товар, щоб уникнути накладення штрафних санкцій на підприємство-покупця.

Контроль експортно-імпортних операцій у частині розрахунків з іноземними контрагентами охоплює низку важливих процедур. Зокрема, перевіряється законність відкриття валютних рахунків і стан розрахунків із кредиторами та дебіторами, включаючи дотримання встановлених лімітів і наявність простроченої заборгованості. Аналізується достовірність, доцільність та повнота оплат іноземним постачальникам і покупцям, а також фактична наявність заборгованості за розрахунками з контрагентами.

Особливу увагу приділяють аналізу договорів, перевіряючи своєчасність їх виконання, дотримання умов економічної безпеки контрагентів і обґрунтованість комерційних кредитів, наданих покупцям або постачальникам. Оцінюється питома вага договорів із передоплатою, а також частка різних форм розрахунків, таких як грошові кошти, взаємозаліки та векселі.

Такий підхід дозволяє забезпечити повний контроль за експортно-імпортними операціями та знизити ризики, пов'язані з фінансовими зобов'язаннями між сторонами.

Контроль розрахунків за податками і платежами має дві основні складові: постійний моніторинг стану нарахування та сплати податкових і митних платежів, а також оцінку майбутніх господарських операцій з погляду їх податкових наслідків для підприємства.

Поточний контроль розрахунків із податковими та митними органами за експортно-імпортними операціями охоплює перевірку правильності нарахування сум ПДВ, мита, акцизного податку та інших митних платежів. Аналізується коректність визначення доходів і витрат для цілей оподаткування,

а також правильність відображення операцій з купівлі іноземної валюти в податковому обліку.

Особливу увагу приділяють своєчасності перерахування митних платежів, акцизного податку та ПДВ, наявності переплат чи недоїмок за податками, а також причинам їх виникнення. Важливо оцінювати санкції та штрафи, накладені фіскальними органами, визначати заходи щодо притягнення до відповідальності винних осіб і вживати дій для попередження повторних порушень.

Крім того, аналіз розрахунків із бюджетом включає оцінку рівня податкового навантаження підприємства та впливу заходів податкового планування на розмір податкових зобов'язань, що дозволяє оптимізувати фінансову діяльність і знизити ризики, пов'язані з податковими витратами.

Такий контроль має забезпечувати мінімізацію фінансових втрат, пов'язаних із штрафами та санкціями через неправильне нарахування або несвоєчасне перерахування платежів до бюджету та інших позабюджетних фондів. Наступний контроль, який стосується вже виконаних операцій, має обмежену ефективність у порівнянні з попереднім і поточним контролем, оскільки він не може активно впливати на процеси, що вже відбулися з порушеннями. Проте він виконує важливу функцію виявлення відхилень і неточностей, які залишилися поза увагою попередніх етапів контролю.

Метою такого контролю є розробка рекомендацій як для конкретних випадків, так і для загального вдосконалення, щоб запобігти повторенню помилок у майбутньому [22].

Дослідження показали, що низька ефективність внутрішнього контролю часто зумовлена його переважною орієнтацією на наступний контроль. У деяких випадках контрольні дії здійснюються лише після отримання сигналів про можливі порушення, наприклад, від зовнішніх джерел.

Завдання післяконтрольних дій не повинно обмежуватися лише аналізом причин і наслідків порушень.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГАЙСИНСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД»

Ефективна інтеграція економіки України у міжнародні ринки можлива лише за умов розвитку експортного потенціалу та розширення зовнішніх ринків збуту продукції. Сучасні тенденції в міжнародному бізнесі підтверджують, що без належної системи управління досягти конкурентоспроможності на глобальному ринку неможливо.

У зв'язку з цим особливого значення набуває розробка ефективних методів удосконалення управління експортною діяльністю підприємств, що сприятиме зміцненню позицій України та її компаній на світовій економічній арені.

Зростаюча конкуренція та мінливість економічного середовища підкреслюють важливість підвищення ефективності управління підприємствами. Процеси змін, які спостерігаються в Україні, охопили всі аспекти економічного життя, відкривши широкі можливості для розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність, на відміну від зовнішньоекономічних зв'язків, реалізується на рівні виробничих структур, забезпечуючи підприємствам повну самостійність у виборі іноземних партнерів, визначенні номенклатури товарів, формуванні цін, обсягів та термінів постачання для експортно-імпортних угод. Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність є комплексом виробничо-господарських, організаційно-економічних і комерційних функцій, що забезпечують активну участь підприємств у міжнародному економічному середовищі.

Обов'язковими складовими зовнішньоекономічної діяльності є виконання операцій, спрямованих на забезпечення ефективного просування товарів від продавця до покупця, надання своєчасних зовнішньоторговельних послуг

(транспортних, страхових, експедиторських, банківських), а також проведення платіжно-розрахункових операцій. Розвиток експортно-імпортової діяльності та обсяг зовнішньоторговельних операцій безпосередньо впливають на насиченість внутрішнього ринку України товарами та залучення іноземної валюти в економіку.

Міжнародна торгівля, хоча й супроводжується вищими ризиками для партнерів у порівнянні з внутрішньою торгівлею, залишається привабливою через її вигідність, попри необхідність додаткових організаційних та фінансових витрат.

Україна належить до країн із високою експортною квотою у валовому внутрішньому продукті (ВВП). Проте, незважаючи на значний експортний потенціал, його використання залишається недостатньо ефективним. За рівнем експорту на душу населення Україна значно поступається не лише розвиненим країнам, але й більшості країн Центральної та Східної Європи, що підкреслює необхідність більш ефективної реалізації її експортного потенціалу.

Розвиток зовнішньої торгівлі України стримується низкою негативних чинників, зокрема низькими темпами економічних перетворень. Це негативно впливає на участь України в міжнародному поділі праці, обмежуючи її можливості на світовій економічній арені.

Україна переважно закріплюється на міжнародних ринках як постачальник сировини, напівфабрикатів та продукції з низькою доданою вартістю. У таких умовах велике значення має державна підтримка вітчизняних підприємств-експортерів для стимулювання їхньої міжнародної діяльності.

Для будь-якого українського підприємства, яке прагне інтегруватися у міжнародні економічні відносини, основним завданням стає успішний вихід на зовнішній ринок, що зазвичай є висококонкурентним і вже насиченим товарами та послугами. Структура експорту вітчизняних підприємств здебільшого базується на продукції з невисоким ступенем переробки, яка користується попитом на світовому ринку, але її експорт менш вигідний у порівнянні з експортом готової продукції [15].

Об'єднання виробничої та зовнішньоекономічної діяльності в єдину інтегровану систему сприяє розвитку економічно ефективних експортних операцій. Для успішної реалізації зовнішньоекономічних операцій виробничим підприємствам необхідно зміцнювати експортний потенціал і підвищувати конкурентоспроможність продукції на міжнародних ринках.

ТОВ «Гайсинський молокозавод» управляє експортними операціями, враховуючи аналіз ринкової ситуації, її динаміку та ймовірну реакцію ринку на управлінські рішення. Управління експортною діяльністю підприємства, за своїм функціональним змістом, являє собою систему дій і рішень, спрямованих на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг.

Дослідження особливостей управління експортною діяльністю ТОВ «Гайсинський молокозавод» враховує специфіку їх зовнішнього середовища, яке є багатокomпонентною системою з нестійкою взаємодією її елементів. У такому середовищі стикаються не лише інтереси і цілі окремих підприємств, але й загальнодержавні інтереси, пов'язані із забезпеченням економічної безпеки, суверенітету та захисту економічного простору країни.

Основними викликами для експортної діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод» є конкуренція з іноземними підприємствами, що випускають аналогічну продукцію, а також міждержавне регулювання, яке включає квотування поставок, антидемпінгові заходи, протекціоністське митне та податкове законодавство різних країн.

Додатковими проблемами є ризики втрати партій продукції через природні чи транспортні катастрофи, що зростають зі збільшенням відстані перевезень, а також можливе невиконання іноземними партнерами своїх зобов'язань через політичну нестабільність у їхніх країнах.

Таким чином, ефективне управління експортною діяльністю ТОВ «Гайсинський молокозавод» потребує врахування складності зовнішнього середовища, оцінки ризиків і розробки стратегій для їх мінімізації.

Для вдосконалення управління експортною діяльністю ТОВ «Гайсинський молокозавод» нами запропоновано низку ефективних методів

(див. Додаток Е). Орієнтація на підтримку вітчизняного товаровиробника сприяє більш ефективному використанню зовнішньоекономічного потенціалу.

Водночас вітчизняні виробники стикаються з ризиками на зовнішніх ринках, такими як скорочення обсягів виробництва, зниження якості продукції, пасивне сальдо торгівлі тощо. У разі вибору варіанту прямого продажу без посередників підприємству необхідно створити функціонуючу експортну службу.

Пропонована організація експортної діяльності в загальній структурі управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «Гайсинський молокозавод» включає такі основні завдання експортної служби: участь у розробленні стратегії зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства; сприяння розвитку ЗЕД для прискорення соціально-економічного розвитку підприємства; управління експортним потенціалом підприємства, його зміцнення та розвиток; забезпечення виконання договірних зобов'язань із зарубіжними партнерами; аналіз кон'юнктури іноземних ринків та збирання відповідної інформації; організація експортно-імпортних операцій та забезпечення їх ефективності; проведення рекламної діяльності; організація протокольних заходів.

Впровадження таких заходів дозволить ТОВ «Гайсинський молокозавод» підвищити ефективність управління експортною діяльністю, забезпечивши стійкі позиції на міжнародних ринках.

Створення власної зовнішньоекономічної служби на підприємстві є доцільним за умов, коли частка експорту становить значну частину загального обігу, а зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно. Важливим фактором є виробництво продукції з високим рівнем конкурентоспроможності, бажано унікальної за своїми властивостями, що дозволяє ефективно займати відповідний сегмент світового ринку, де рівень конкуренції є відносно невисоким.

Додатковою перевагою є те, що продукція не потребує суттєвої адаптації до закордонних умов використання, що спрощує її вихід на ринки інших країн.

Важливо також мати достатню кількість кваліфікованих фахівців із зовнішньоекономічної діяльності, які здатні забезпечити ефективне управління експортними та імпорнтними операціями [35].



Рис. 3.2. Запропонована організація експортної діяльності в загальній структурі управління зовнішньоекономічною діяльністю у ТОВ «Гайсинський молокозавод»

Удосконалення організаційних процесів зовнішньоекономічних операцій полягає у розробці стратегії, яка повинна стати основою практичної діяльності українських підприємств і фірм на міжнародній арені. Стратегія включає в себе розробку довгострокових цілей, установок і орієнтирів, а також визначення

нових напрямів розвитку для підприємств, які прагнуть успішно інтегруватися у глобальну економіку.

Основними елементами стратегії є корпоративна місія, конкурентна перевага, організація бізнесу, ринки, ресурси, структурні зміни, програми розвитку та компетентність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Стратегічна програма розвитку зовнішньоекономічних відносин України має базуватися на забезпеченні її суверенітету в світовій економіці та гарантуванні національної зовнішньоекономічної безпеки.

Взаємодія з міжнародним господарством повинна ґрунтуватися на комплексній, гнучкій та динамічній державній зовнішньоекономічній політиці, яка забезпечує максимальну господарську свободу для виробників та експортерів товарів і послуг [36].

Основними елементами системи зовнішньоекономічної стратегії України є створення потужного експортного сектору, зміцнення і забезпечення конвертованості національної валюти, лібералізація імпорту, розвиток закордонної підприємницької діяльності, а також формування розгалуженої системи зовнішньоекономічного менеджменту. Це включає банки, біржі, страхові компанії, консалтинг, аудит, лізинг тощо.

До ключових елементів стратегії належить також гнучка податкова, цінова, депозитна, кредитна, фінансова і валютна політика, яка сприяє диверсифікації експортно-імпортних операцій. Важливим аспектом є поступова інтеграція економіки України в європейські та світові господарські об'єднання та організації, а також забезпечення належного кадрового ресурсу для ефективної реалізації зовнішньоекономічної діяльності.

Головним завданням є визначення етапів, напрямків, форм і способів реалізації цієї стратегії. Ключовою ланкою зовнішньоекономічної стратегії є ефективна податкова, депозитна, цінова, кредитна, фінансова і валютна політика, а також фінансова підтримка вітчизняних експортерів, у тому числі за допомогою залучення коштів з державного бюджету.

У комплексі економічних заходів для стимулювання зовнішньої торгівлі України важливим і ефективним засобом є фінансове сприяння держави вітчизняним експортерам, зокрема за рахунок залучення коштів з державного бюджету. Це передбачає використання механізмів кредитування експорту, страхування експортних кредитів і надання державних гарантій, що значно підвищує конкурентоспроможність українських товарів на міжнародних ринках.

Одним із важливих кроків є створення автоматизованої системи інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньоторговельних зв'язків України, заснованої на новітніх аналітичних програмних системах. Такі системи можна охарактеризувати як інтелектуальний аналіз даних, який активно підтримує аналітичні розробки і сприяє прийняттю обґрунтованих рішень в зовнішній торгівлі.

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках важливим є створення ефективної системи сертифікації експортної продукції в Україні. Це дозволить забезпечити відповідність міжнародним стандартам і підвищить довіру до українських товарів на світових ринках [17].

Додатково, пропонуємо впровадження маркетингової програми розвитку, яка дозволить закріпитися на ринку та забезпечити результативну діяльність.

Врахування досвіду та концепцій зарубіжних маркетологів і адаптація їх до українського ринку сприятиме поліпшенню маркетингових стратегій. Особливо перспективним є виведення на ринок нового товару, орієнтованого на середній соціальний сегмент, що дозволить підприємствам збільшити конкурентні переваги та залучити ширшу аудиторію споживачів.

Також в ТОВ «Гайсинський молокозавод» ми пропонуємо запровадити систему моніторингу, яка буде враховувати особливості даного підприємств.

Метою моніторингу зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) є забезпечення управлінських структур достовірною, своєчасною та достатньою

соціально-економічною інформацією про всі зміни, які впливають на динаміку цієї діяльності.

Основне завдання формування системи моніторингу полягає в створенні інформаційно-аналітичної бази за ключовими показниками оцінки ЗЕД, яка постійно оновлюється та використовується для прийняття цілеспрямованих управлінських рішень.

На сьогодні існує достатньо якісних рішень для управління ресурсами підприємства, включаючи фінансові, матеріальні та людські ресурси. Шляхи удосконалення організації та підвищення ефективності експортно-імпортних операцій підприємства вимагають поліпшення роботи з пошуком більш вигідних постачальників та використання механізмів страхування валютних ризиків.

Необхідно укладати контракти на вигідних умовах постачання, забезпечуючи мінімальні терміни постачання та безперебійну доставку. Водночас важливим є скорочення терміну сплати після реалізації продукції, що дозволить зменшити дебіторську заборгованість і скоротити період обігу грошових коштів.

Для реалізації запропонованого комплексу заходів щодо удосконалення зовнішньоторговельного потенціалу України необхідні щорічні бюджетні асигнування. Обсяги цих асигнувань слід визначати, виходячи з існуючої світової практики, коригуючи їх із урахуванням сучасного стану української економіки та сформованої структури українського експорту.

Таким чином, дотримуючись запропонованих методів управління експортною діяльністю, ТОВ «Гайсинський молокозавод» має реальну можливість вийти на світовий ринок з високоякісною та конкурентоспроможною продукцією. Це не тільки значно покращить імідж підприємства, але й позитивно позначиться на іміджі країни в цілому. З часом, підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності сприятиме розширенню виробництва.

Перехід на європейську систему технічного регулювання, запровадження моделі безпечності харчових продуктів і ринкового нагляду за дотриманням обов'язкових вимог, на основі принципів і підходів, що застосовуються в країнах-членах ЄС, не є самоціллю. Це має на меті адаптацію українського виробництва до міжнародних стандартів, що дозволить збільшити експорт і забезпечити доступ до нових, більш прибуткових ринків.

Головне завдання, для вирішення якого проводиться підготовча робота, полягає у формуванні національної нормативної бази для промислового та аграрного виробництва, гармонізованої з європейськими стандартами. Це дозволить забезпечити визнання цих стандартів еквівалентними на національному та міжнародному рівнях.

Таким чином, буде створено нормативний простір, який об'єднає частини регулювання як в Україні, так і в Європейському Союзі, і на основі їх ідентичності або еквівалентності цей простір можна буде назвати єдиним чи спільним для обох територій.

З іншого боку, впровадження відповідних нормативних вимог технічних регламентів, стандартів та кодексів усталеної практики в сільському господарстві та промислому виробництві стане основою для виробництва безпечної та якісної продукції. Відповідальність за випуск цієї продукції повністю лежить на виробнику, однак контроль за дотриманням вимог безпеки покладається на державу, а за якість – на споживача. Саме споживач, в залежності від своїх фінансових можливостей та вподобань, буде обирати конкретну харчову продукцію.

Водночас важливо звернути увагу на ще одну важливу сторону цієї проблеми: як виробник буде гарантувати виробництво безпечної та якісної продукції і як це має бути донесено до споживача. Найбільш загальним способом для цього є законодавче запровадження системи НАССР на підприємствах харчової промисловості, яка забезпечує безпечність продукції через ідентифікацію та контроль критичних точок у процесі виробництва.

Для аграрних виробників передбачається розробка та впровадження процедур, заснованих на принципах НАССР, з урахуванням специфіки технологічних процесів, які здійснюються оператором ринку, а також розмірів підприємства та рівня ризику. Для підприємств з незначним ступенем ризику передбачено гнучке або спрощене застосування цих процедур. Важливо, щоб ці процедури виконувалися беззаперечно, адже вони стануть основою гарантії безпеки та якості продукції.

Для інформування споживача про основні характеристики харчової продукції може бути використане маркування або інші способи комунікації. Однією з найбільш доступних форм інформування є зазначення відповідності продукції національним або гармонізованим національним стандартам для продукції високої якості, або технічним умовам (ТУ У) для продукції нижчої якості. Це маркування слугуватиме індикатором гарантії, що виробник дотримується необхідних вимог безпеки та якості на всіх етапах виробництва.

Додатковим підтвердженням якості та безпеки продукції є надання інформації про склад товару, його відповідність кращим торговим маркам, наявність сертифікованих функціональних систем менеджменту на підприємстві, а також запровадження географічного маркування. Ці елементи допомагають споживачеві краще розуміти, що продукція відповідає високим стандартам якості та безпеки.

Вихід вітчизняних виробників агрохарчової продукції на ринки ЄС та інших країн можливий лише за умови, що продукція буде обов'язково відповідати вимогам Гармонізованого законодавства Союзу. Це включає відповідність стандартам безпеки, сертифікації та технічним вимогам, що дозволяють товару бути конкурентоспроможним на міжнародних ринках.

ВИСНОВКИ

В умовах глобалізації економіки та зростаючої взаємозалежності господарських суб'єктів розвиток зовнішньоекономічної діяльності стає одним з найважливіших завдань для українських переробних підприємств, зокрема через експортно-імпортні операції. Ефективне використання сучасних форм міжнародного бізнесу може значно підвищити технічний рівень виробництва та якість продукції, що, в свою чергу, сприятиме збільшенню експортних можливостей.

Аналіз експортної діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод» показав позитивну динаміку чистого доходу підприємства: у 2022 році він зріс на 16,8%, а у 2023 році - на 51,5% порівняно з 2022 роком. Собівартість продукції також показала зростання: на 23,7% у 2022 році і на 37,2% у 2023 році. У 2022 році собівартість зростала швидше за чистий дохід, що призвело до зниження валового прибутку на 22% і до чистого збитку у розмірі 23 208 тис. грн.

Однак у 2023 році фінансові показники значно покращились, і завод отримав чистий прибуток у розмірі 181 710 тис. грн. Протягом аналізованого періоду валюта балансу зросла на 7,6% у 2022 році та на 23,3% у 2023 році. Основні складові балансу, такі як необоротні та оборотні активи, а також залучений капітал, збільшились. Незважаючи на зниження власного капіталу на 5,2% у 2022 році, у 2023 році він зріс на 47,6%, що свідчить про покращення фінансової ситуації підприємства.

Фінансовий результат від операційної діяльності, який у 2022 році знизився на 95,3%, у 2023 році підвищився на 75,3%. Незважаючи на зростання інших та фінансових витрат, фінансовий результат до оподаткування у 2023 році збільшився більше ніж у 9 разів порівняно з 2022 роком, досягнувши 237 984 тис. грн, що призвело до збільшення чистого прибутку більш ніж у 8 разів. Це свідчить про значне поліпшення фінансових показників та ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Дослідження показало, що у 2021-2023 роках основну частку доходів (понад 99%) становили доходи від реалізації продукції, що є цілком природним для виробничого підприємства, оскільки саме реалізація продукції повинна бути основним джерелом доходів. Інші операційні доходи мали незначний вплив (менше 1%) на загальну структуру доходів заводу.

Протягом аналізованого періоду прибуток від реалізації продукції демонструє неоднозначну динаміку. У 2022 році прибуток від реалізації знизився, і його частка в структурі чистого доходу скоротилася на 4,5 пункти. Однак у 2023 році прибуток від реалізації значно зріс, досягнувши 6936 тис. грн, що на 5471 тис. грн перевищує показник 2022 року (1465 тис. грн.), а також був на 516 тис. грн вищим за рівень 2021 року.

Позитивним аспектом є покращення структури прибутку від реалізації. У 2023 році частка повної собівартості у загальному чистому доході зменшилась на 9,3%, що призвело до збільшення частки прибутку від реалізації. Якщо у 2021 році частка прибутку від реалізації складала 6,5%, то у 2022 році вона зменшилась до 2%. Проте у 2023 році цей показник зріс до 11,3%, що відкриває більше можливостей для підвищення прибутковості підприємства.

Додатково, позитивним є зниження частки собівартості у структурі прибутку від реалізації, що свідчить про підвищення ефективності виробництва та зниження витрат на одиницю продукції.

Дослідження розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод» показало, що підприємству слід зосередитися на розширенні експорту та підвищенні доданої вартості продукції. Для цього важливо збільшити обсяги експорту та виробляти агрохарчову продукцію з високою доданою вартістю, що дозволить отримати більше доходів і забезпечити більш високу конкурентоспроможність на міжнародних ринках.

Експортна стратегія повинна базуватися на асортиментній концепції, спрямованій на побудову оптимальної асортиментної структури продукції. Вона повинна враховувати споживчі вимоги різних ринкових сегментів та забезпечувати ефективне використання ресурсів підприємства, зокрема

сировинних, технологічних і фінансових, для виробництва продукції з мінімальними витратами. Це дозволить знизити собівартість і підвищити ефективність.

Управлінню зовнішньоекономічною діяльністю слід приділити увагу стратегічному плануванню, розвитку експортного потенціалу, дотриманню контрактних зобов'язань з іноземними партнерами, а також аналізу ринкової кон'юнктури. Важливим також є ефективне організування експортно-імпортних операцій і рекламної діяльності, що допоможе зміцнити імідж компанії на міжнародних ринках і залучити нових клієнтів.

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод» необхідно впровадити автоматизовану інформаційно-аналітичну систему, яка використовуватиме новітні аналітичні програмні рішення для інтелектуального аналізу даних щодо зовнішньоторговельних зв'язків України. Така система сприятиме підтримці ефективних аналітичних розробок і прийняттю обґрунтованих рішень в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю.

Окрім цього, важливим кроком є сертифікація експортної продукції, що дозволить підвищити її конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Це забезпечить відповідність продукції міжнародним стандартам та полегшить доступ до нових ринків.

Також підприємству слід розробити та реалізувати маркетингову програму розвитку, яка допоможе закріпитися на зовнішніх ринках і забезпечити стабільну та результативну діяльність у довгостроковій перспективі.

Виконання цих заходів сприятиме підвищенню ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод» та забезпечить стійкий розвиток підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мельник Л. Г. Економіка та інформація: Економіка інформації та інформаційна в економіці: енциклопедичний словник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2015. 384 с.
2. Гришко Н.В. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та незалежний аудит. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. № 2 (66). 2013.
3. Новак В.О., Мостенська Т.Л., Гуріна Г.С., Ільєнко О.В. Зовнішньоекономічна діяльність: підручник. К: Кондор, 2012, 552 с.
4. Ковалевська А.В. Конкурентна стратегія зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств України в умовах перехідної економіки інверсного типу: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. Харків: ХНТУРЕ, 2002. 19 с.
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навч. посіб. [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. 4-ге вид., перероб. та доп. К.: Освіта України, 2012. 272 с.
6. Степаненко О. І. Особливості аналізу та оцінки виконання договірних зобов'язань за експортними операціями. *Економіка: проблеми теорії та практики*: Зб. наук. праць. №195, Том І. Дніпропетровськ: ДНУ, 014. С.68-74.
7. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. Львів : Афіша, 2004. 140 с.
8. Вакульчик О. М., Дубицький Д. П. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник Академії митної служби України. Серія: "Економіка"*, № 2 (48), 2012.
9. Aksenov I. Methods of assessment of foreign economic activity in the region/ I. Aksenov [Electronic resource]. Mode of access : http://library.colloquium-publishing.ru/index.php/L_21/article/download/212/205
10. Машталір Я. П. Оцінка методів обмеження економічного ризику у зовнішній діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2007. № 4. С. 200-202.

11. Свідерська А.В. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства: дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Свідерська Антоніна Владиславівна. Хмельницький, 2016. 290 с.
12. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2017 році. Статистичний збірник [Електронний ресурс] : *Державна служба статистики України*, 2018. Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ztutp2017.pdf
13. Прямі іноземні інвестиції [Електронний ресурс] : Мінфін, 2018. Режим доступу : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2017>
14. Скільки іноземних інвестицій надійшло в Україну в 2010-2018 роках [Електронний ресурс] : «Слово і діло», від 31 серпня 2018. Режим доступу : <https://www.slovoidilo.ua/2018/08/31/infografika/ekonomika/skilky-inozemnykh-investyvizij-nadijshlo-ukrayinu-2010-2018-rokax>
15. Trade profile 2018: Ukraine [Electronic resource] / The World Trade Organization.2018. Mode of access:
https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/daily_update_e/trade_profiles/UA_e.pdf
16. Бугас В. В., Самійленко М. А. Реалії зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних і іноземних підприємств. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. Режим доступу:
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/52.pdf
17. Дейнеко Л.В., Купчак П.М. Стратегічні пріоритети промислової політики в зовнішньоекономічній сфері. К: Сімферополь: ТНУ ім. В.І. Вернадського. 367 с.
18. World Tariff Profiles 2018/ WTO, ITC and UNCTAD [Electronic source]: WTO 2018. - Mode access:
https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_tariff_profiles18_e.htm
19. Гуцул І. А. Оподаткування зовнішньоекономічної діяльності: фінансові ефекти та регулюючий потенціал : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит». Тернопіль, 2015.
20. Проект Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законів України 2543-VIII від 18.09.2018 р.

[Електронний ресурс]. Режим доступу :

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64556

21. Онищенко В. Валютне регулювання по-новому: революційний прорив чи лише косметична зміна обгортки [Електронний ресурс]. Тижневик «Головбукх» від 21 вересня 2018. Режим доступу:

<https://www.golovbukh.ua/article/7333-valyutne-regulyuvannya-po-novomu-revoluyutsyniy-proriv-chi-lishe-kosmetichna-zmna-obgortki>

22. Звіт про результати аудиту ефективності виконання повноважень державними органами щодо забезпечення контролю за дотриманням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності вимог валютного законодавства від 19.12.2017 [Електронний ресурс]. Рахункова палата України, 2017. Режим доступу: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16754657/zvit_26-5_2017.pdf?subportal=main

23. Laufs K. Foreign Market Entry Mode Choice of Small and Medium-Sized Enterprises: dissertation from May 2015. [Electronic source]: Heinrich-Heine-University Düsseldorf, 2015. Mode access: <https://docserv.uni-duesseldorf.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-38199/Foreign%20Market%20Entry%20Mode%20Choice%20of%20Small%20and%20Medium-Sized%20Enterprises.pdf>

24. Jiwei Liu. Research on Enterprise International Competitive Advantage Sustainability [Electronic source]: International Journal of Business and Management, Vol. 4, No. 2. February 2009 - Mode access: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.651.4509&rep=rep1&type=pdf>

25. Pigorini P., Divakaran A., Suarez D., Fleischman A. Managing the Global Enterprise in Today's Multipolar World. Research paper. [Electronic source]: Booz & Company Inc., 2011 Mode access: <https://www.strategyand.pwc.com/media/file/Managing-the-global-enterprise-in-todays-multipolar-world.pdf>

26. Guedez A. L., Faria A. Globalization and International Management: In Search of an Interdisciplinary Approach . [Electronic source]: BAR, v. 4, n. 2, art. 2, p.20-39, May/August 2007 Mode access:

https://www.researchgate.net/publication/26504009_Globalization_and_International_Management_In_Search_of_an_Interdisciplinary_Approach

26. Закон України від 06.09.2018 р. № 2530-VIII «Про внесення змін до Митного кодексу України та деяких інших законів України щодо запровадження механізму "єдиного вікна" та оптимізації здійснення контрольних процедур при переміщенні товарів через митний кордон України [Електронний ресурс]. Верховна Рада України, 2018. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2530-19>

27. «Єдине вікно для міжнародної торгівлі» має запрацювати черезпівроку – ДФС [Електронний ресурс]/ Укрінформ, 2018. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2533206-edine-vikno-dla-miznarodnoi-torgivli-mae-zapracuvati-cerez-pivroku-dfs.html>

28. ДФС запровадить «Єдине вікно для міжнародної торгівлі» - повідомлення Прес-служби Державної фіскальної служби України від 06.07.2018 [Електронний ресурс]/ Державна фіскальна служба України, 2018. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/343017.html>

29. Бахтарі Е. Валютна лібералізація – перехід до режиму вільного руху капіталу в Україні [Електронний ресурс]/ Національний банк України, 2018. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=60027584>

30. About the Inclusive Framework on BEPS [Electronic source]: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018 - Mode access: <http://www.oecd.org/tax/beps/beps-about.htm>

31. BEPS Actions [Electronic source]: Organisation for Economic Cooperation and Development, 2018 - Mode access: <http://www.oecd.org/tax/beps/beps-actions.htm>

32. Автоматичний обмін інформацією між фіскальними органами планується розпочати з 2021 року [Електронний ресурс]. Єдиний веб-портал органів

виконавчої влади України від 28.09.2017. Режим доступу:

<https://www.kmu.gov.ua/ua/news/250306535>

33. OECD (2014), Standard for Automatic Exchange of Financial Account Information in Tax Matters, OECD Publishing, Paris [Electronic source]: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2014. Mode access: <https://doi.org/10.1787/9789264216525-en>.

35. Ковальчук Т.Г. Вплив інтеграційних процесів на формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. «Young Scientist». 2016. С. 55-59.

36. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2002. 172 с.

37. Шубравська О. В. Розвиток ринку молока і молочної продукції: світові тенденції і вітчизняні перспективи [Електронний ресурс]. 2018. Режим доступу до ресурсу: http://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/935/1/rozvytok_%20rynku.pdf.

38. Панова К. І. Потенціал зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. Випуск № 2(12). С. 267-273.