МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Розробка зовнішньоекономічної стратегії будівельної компанії»

Виконав : студент 2 курсу, групи 8.0731-зед-з
спеціальності 073 Менеджмент освітньої програми Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Грищишин Я. С.
Керівник : професор кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор економічних наук, професор
Томарева-Патлахова В.В.
Рецензент : завідувач кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор наук з державного управління, професор
Бікулов Д. Т.

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
Д.Т. Бікулов
«____» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Грищишин Ярослав Сергійович

1. Тема роботи «Розробка зовнішньоекономічної стратегії будівельної компанії»
керівник роботи: Томарева-Патлахова В. В., професор кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор економічних наук, професор

затверджені наказом ЗНУ від 15.06.2022 року № 888-с

2. Строк подання студентом роботи 23.11.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

3. ОСНОВНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СП ТОВ «ТРІУМФ»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

16 таблиць

18 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Томарева-Патлахова В. В		
2	Томарева-Патлахова В. В		
3	Томарева-Патлахова В. В		

7. Дата видачі завдання 10.06.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	10.06.2023	
2.	Затвердження змісту роботи.	11.06.2023	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	12.06.23-16.06.23	
4.	Розробка чернетки І розділу кваліфікаційної роботи.	17.06.23-23.06.23	
5.	Написання І розділу кваліфікаційної роботи.	24.06.23-27.06.23	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	28.06.23-25.07.23	
7.	Розробка чернетки ІІ розділу кваліфікаційної роботи.	26.07.23-29.08.23	
8.	Написання ІІ розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.23-06.09.23	
9.	Розробка чернетки ІІІ розділу кваліфікаційної роботи.	07.09.23-14.09.23	
10.	Написання ІІІ розділу кваліфікаційної роботи.	15.09.23-29.10.23	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.10.23-02.11.23	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.11.2023	
13.	Проходження нормоконтролю.	09.11.23-22.11.23	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	23.11.2023	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	грудень 2023	

Студент _____ Я. С. Грищишин
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ В. В. Томарева-Патлахова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т. М. Магомедова
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 65 с., 15 рис., 18 табл., 50 джерел.

Кваліфікаційна робота магістра присвячена вдосконаленню зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії ТОВ «Тріумф».

Об'єктом дослідження є ТОВ «Тріумф».

Предметом дослідження є підходи, методи та інструменти вдосконалення системи управління ефективністю зовнішньоекономічною діяльністю будівельного підприємства.

Метою роботи є розробка пропозицій щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії ТОВ «Тріумф» на основі аналізу фінансово-господарських показників її діяльності за попередні періоди.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання: розглянути теоретичні та методичні основи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства будівельної індустрії, показати особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю будівельної організації, надати виробничо-економічну характеристику досліджуваного надати оцінку зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства, сформулювати основні напрямки оптимізації зовнішньоекономічних операцій підприємства, розробити модель оптимізації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Тріумф», надати оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

В сучасних умовах для забезпечення високої ефективності діяльності великої будівельної компанії в поточний і майбутні періоди необхідне постійне розширення зовнішньоекономічної діяльності. У вступі визначається тема, мета та завдання роботи, а також обґрунтовується актуальність обраної теми.

У першому розділі розглядаються теоретичні та методичні основи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, зокрема: сутність і зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства; форми, методи та особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю будівельної організації.

У другому розділі проводиться аналіз фінансово-економічної діяльності досліджуваного підприємства і дається оцінка його зовнішньоекономічної діяльності за попередній період.

У третьому розділі визначаються основні напрямки розширення зовнішньоекономічних операцій ТОВ «Тріумф», розробляється модель оптимізації його зовнішньоекономічної діяльності і дається оцінка ефективності здійснених заходів.

У висновку містяться узагальнення, висновки та рекомендації, що випливають із результатів дослідження.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, СТРАТЕГІЯ, УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА, БУДІВЕЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ, МОДЕЛЬ ОПТИМІЗАЦІЇ

ABSTRACT

Master’s Qualification Thesis: 65 pages, 15 figures, 18 tables, 50 sources.

The Master’s Qualification Thesis is dedicated to the enhancement of the foreign economic activity of the construction company LLC «Triumph.» The object of the research is LLC «Triumph,» while the subject of the research includes approaches, methods, and tools for improving the management system's efficiency in the foreign economic activity of a construction enterprise.

The aim of the work is to develop proposals for improving the foreign economic activity of the construction company LLC «Triumph» based on the analysis of its financial and economic performance in previous periods.

To achieve the set goal, the following tasks need to be addressed:Examine the theoretical and methodological foundations of managing the foreign economic activity of a construction enterprise. Highlight the specificities of managing the foreign economic activity of a construction organization.Provide a production and economic characterization of the researched company.Evaluate the foreign economic activity of the researched company.Formulate the main directions for optimizing the foreign economic operations of LLC «Triumph.»Develop a model for optimizing the foreign economic activity of LLC «Triumph.» Evaluate the economic efficiency of the proposed measures.

In today’s conditions, to ensure high efficiency in the current and future periods, it is essential for a large construction company to constantly expand its foreign economic activity. The introduction defines the theme, purpose, and tasks of the work while justifying the relevance of the chosen topic.

In the first section, the theoretical and methodological foundations of managing the foreign economic activity of an enterprise are discussed. This includes the essence and content of the enterprise's foreign economic activity, as well as the forms, methods, and specific features of managing the foreign economic activity of a construction organization.

The second section involves the analysis of the financial and economic performance of the researched enterprise and provides an evaluation of its foreign economic activity over the previous period.

In the third section, the main directions for expanding the foreign economic operations of LLC «Triumph» are determined. Additionally, a model for optimizing its foreign economic activity is developed, and an evaluation of the efficiency of the implemented measures is provided.

The conclusion contains generalizations, findings, and recommendations arising from the research.

FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY, STRATEGY, FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY MANAGEMENT, CONSTRUCTION ORGANIZATION, OPTIMIZATION MODEL

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РАБОТУ МАГІСТРА……2
РЕФЕРАТ…….4
ABSTRACT …….5
ВСТУП ……6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА……...10
1.1 Поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємств ……10
1.2 Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства15
1.3 Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю будівельної організації ……..16
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА…….. 22
2.1 Виробничо-економічна характеристика об’єкта дослідження ……..22
2.2 Аналіз фінансових показників діяльності ТОВ «Тріумф» ……25
2.3 Оцінка зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії ……...38
РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СП ТОВ «ТРІУМФ» ……41
3.1 Основні напрями оптимізації зовнішньоекономічних операцій підприємства……41
3.2 Розробка моделі оптимізації (удосконалення) зовнішньоекономічних зв’язків підприємства ТОВ «Тріумф» ……47
3.3 Оцінка ефективності здійснених заходів ……48
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ…….....50
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ ……52

ВСТУП

Будівельна галузь в будь-якій країні є однією з ключових галузей економіки, оскільки вона забезпечує будівельну частину інвестицій в промисловість, агропромисловий комплекс, створення господарської та соціальної інфраструктури, а також інші галузі національного господарства. Незважаючи на великий попит на будівельні послуги, будівельні компанії, як правило, працюють в умовах жорсткої конкуренції. Це ставить великі вимоги до управління будь-якого будівельного підприємства, оскільки позиція підприємства на ринку залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансової діяльності. Неперервне виробництво та реалізація високоякісної продукції та будівельних послуг позитивно впливають на фінансове стан підприємства. Помилки в виробничому процесі, погіршення якості продукції та труднощі в її реалізації призводять до зменшення надходження коштів на рахунки підприємства, що призводить до погіршення його платоспроможності. Існує і зворотний зв’язок: відсутність грошових коштів може призвести до затримок в забезпеченні матеріальними ресурсами, а, отже, і в виробничому процесі.

У практиці роботи підприємств не рідко виникають випадки, коли навіть добре працююче підприємство зазнає труднощів, пов’язаних з недостатньо раціональним управлінням та недо використанням можливостей ринку. Це стосується перш за все розширення зовнішньоекономічних зв’язків будівельних організацій.

У практиці роботи підприємств не рідко стаються випадки, коли навіть добре функціонуюче підприємство зазнає труднощів, пов’язаних із недостатньо раціональним управлінням і використанням можливостей ринку. Головний акцент робиться на розширенні зовнішньоекономічних зв’язків будівельних організацій.

Отже, в сучасних умовах для забезпечення високої ефективності діяльності великої будівельної компанії в поточний і майбутні періоди необхідне постійне розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Проблемам забезпечення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства приділяли велику увагу такі вітчизняні та зарубіжні автори, як О.І. Волкова, В.Я. Горфінкель, Е.М. Купряков, Н.А. Прасолова, Н.П. Сафронова, Н.П. Коваленко, С.І. Тюрін, Е.М. Абрамов, Ю.В. Дурновцев, Е.І. Чулкова, І.Е. Бородіна і інші.

Об’єктом дослідження є ТОВ «ТРІУМФ».

Предметом дослідження є підходи, методи та інструменти вдосконалення системи управління ефективністю зовнішньоекономічною діяльністю будівельного підприємства.

Метою роботи є розробка пропозицій щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії ТОВ «Тріумф» на основі аналізу фінансово-господарських показників її діяльності за попередні періоди.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

– розглянути теоретичні та методичні основи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства будівельної індустрії.

– показати особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю будівельної організації.

– надати виробничо-економічну характеристику досліджуваного

– надати оцінку зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства.

– сформулювати основні напрямки оптимізації зовнішньоекономічних операцій підприємства.

– розробити модель оптимізації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Тріумф».

– надати оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

Структура роботи включає в себе вступ, три розділи, висновок та перелік посилань.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ТОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) представляє собою сукупність методів та засобів торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва, валютно-фінансових та кредитних відносин з іноземними країнами [2 с.10]. Важливою складовою ЗЕД є зовнішній торг, який визначається як підприємницька діяльність у галузі міжнародного обміну товарами, роботами, послугами, інформацією та результатами інтелектуальної діяльності.

Підприємство-учасник ЗЕД - це самостійна юридична особа, яка має власні активи, має право власною назвою набувати майнові та особисті майнові права, нести обов’язки, а також бути позивачем у суді, арбітражі та третейському суді. Будучи учасником ЗЕД, підприємство повинно мати чітко сформульовані цілі діяльності, які визначаються у його установчих документах. Мета та завдання зовнішньоекономічної угоди не повинні суперечити тому, що визначено у статуті чи інших установчих документах підприємства.

Суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності також можуть бути громадські організації та об’єднання. Вони можуть вступати в міжнародні неправління об’єднання, підтримувати прямі міжнародні контакти і укладати відповідні угоди.

З урахуванням наявної самостійності учасників ЗЕД, держава залишає за собою право регулювати найважливіші аспекти цієї діяльності. Основи державного регулювання ЗЕД концептуально визначені в Законі «Про державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності» [2 с.10]. Державне регулювання ЗЕД базується на певних економічних і адміністративних методах,

до яких можна віднести митно-тарифне регулювання у вигляді застосування імпортно-експортного тарифу, квотування, ліцензування і т.д.

Основними формами зовнішньоекономічної діяльності підприємства є (табл.1.1):

Таблиця 1.1 - Основні форми зовнішньоекономічної діяльності

Експорт	це вивезення товарів з митної території країни за кордон без зобов'язання повернути їх назад, а також можливе надання іноземним особам послуг і прав на результати інтелектуальної власності.
Імпорт	це закупівля товару у іноземного продавця та його ввезення на митну територію країни покупця.
Реекспорт	це закупівля товару у іноземного продавця, його ввезення на територію країни покупця та подальша перепродаж товару в його первісному вигляді за кордон іноземному покупцю.
Встречна торгівля (встречні угоди)	це організаційно зв'язані експортно-імпортні операції, де експортер зобов'язується прийняти в оплату вартість свого товару повністю або частково у вигляді імпортного товару покупця.

На сучасному етапі економічного розвитку можна виділити два напрямки зовнішньоекономічної діяльності підприємства: спільне підприємництво та укладення зовнішньоторгових контрактів з іноземними контрагентами.

Правові питання спільного підприємництва визначаються нормами торгового та громадянського законодавства країни, де створюється спільне підприємство.

Укладання та реалізація договору на зовнішньому ринку підпорядковані правовому регулюванню за такими пунктами: міжнародні угоди щодо ЗЕД та норми громадянського законодавства. Права та обов'язки сторін у реалізації зовнішньоекономічної угоди визначаються законодавчими актами, які діють за місцем її укладення.

Зовнішньоторговий контракт - це договір про купівлю-продаж товарів, постачання, виконання робіт, послуг, який укладається між двома або більше сторонами (контрагентами). Контракт є основним, базовим документом, який визначає міру матеріальної відповідальності сторін за виконання зобов'язань, тому від правильності його складання залежить кінцевий результат угоди.

З метою уніфікації в міжнародній практиці було створено та застосовується Міжнародною торговельною палатою збірник тлумачень міжнародних

торгових термінів «Інкотермс». Це робиться для уникнення непорозумінь між контрагентами в контрактах, інколи акцентується на використанні умов «Інкотермс» або, навпаки, зазначається використання спеціальних термінів.

Знання та використання Конвенції дозволяє використовувати уніфікований правовий режим для контролю за договорами купівлі-продажу в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Це важливо, оскільки різні іноземні партнери несуть з собою національні особливості у вирішенні одних і тих самих питань, у деяких випадках визначення країни, чиєю законодавчістю регулюються відносини за конкретним договором, може бути проблематичним.

В наш час підприємство може здійснювати експортно-імпортні операції самостійно через укладання прямих договорів з іноземними партнерами або через посередників - інші підприємства, які надають свої послуги в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Вибір правової форми ЗЕД залежить від економічних можливостей та потреб підприємства.

Підприємство-експортер (імпортер), реалізуючи свої цілі в зовнішньоекономічній діяльності через інші підприємства, може використовувати такі типи договорів як договір доручення, договір комісії, договір поставки. При укладанні договору комісії, під час укладання контрактів з іноземними контрагентами виступає підприємство-комісіонер від імені виробника (комітента) експортованого (імпортованого) товару.

Якщо мова йде про договори доручення, то підприємство-експортер (імпортер) доручає в ім’я підприємства укладати контракти іншому підприємству за певну винагороду.

Різногрніття видів і форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств повинно сприяти підвищенню ефективності зовнішніх зв’язків держави в цілому. Це дозволить вирішити такі завдання, як збільшення валютних ресурсів і обсягів торгівлі, поліпшення структури експорту та імпорту, погашення поточних боргів, розширення сфери співпраці, залучення капіталу та технологій в країну.

Здійснюючи експортну діяльність, підприємство повинно мати чітке уявлення про цілі експорту, стратегію експортної діяльності, вимоги

зовнішнього ринку, свої можливості та ресурси в нинішній час і в перспективі, поведінку конкурентів, іншими словами, воно повинно розробляти певну експортну політику.

Експортна політика підприємства передбачає розробку стратегії та принципів діяльності підприємства на зовнішньому ринку, формування експортного асортименту товарів, а також визначення темпів оновлення експортної продукції, цін рівня якості, гарантій та сервісного обслуговування.

Найважливішою складовою експортної політики підприємства є формування та управління експортним асортиментом товарів. Основне завдання полягає в тому, щоб експортер своєчасно пропонував певний набір товарів, які відповідають профілю його виробничої діяльності та найбільш повністю задовольняють вимоги певних категорій іноземних покупців.

Формування такого асортименту - це проблема конкретних товарів, їх окремих серій, визначення співвідношень між старими та новими товарами, товарами індивідуального та серійного виробництва, науковими товари, товари або ліцензіями, ноу-хау.

Виробництво параметричних рядів товарів, наприклад, набору насосів одного типу з різною продуктивністю, є розумним з погляду міжнародної практики. Чим ширший параметричний ряд та асортимент товарів, тим більше ймовірність того, що покупець знайде саме той товар, який йому потрібен. Це, в свою чергу, зміцнює позиції підприємства на зовнішньому ринку.

Підприємства-експортери зіткнуться на міжнародному ринку з міжнародною конкуренцією.

Можна виділити наступні види конкурентної боротьби (табл. 1.2):

Таблиця 1.2 - Види конкурентної боротьби

функціональна конкуренція	пов’язана з тим, що будь-яку потребу можна задовольнити різними способами; тому всі товари, що задовольняють ці потреби, є функціональними конкурентами;
видова конкуренція	наслідок того, що товари, призначені для задоволення конкретних потреб, можуть відрізнятися суттєвими параметрами;
предметна конкуренція	результат того, що ідентичні товари можуть відрізнятися лише якісними характеристиками;
цінова конкуренція	передбачає, що однорідні товари пропонуються за різними цінами. Під час прямої цінової конкуренції будівельні

	організації широко оголошують зниження цін на вироблену або доступну до продажу продукцію.

Нецінова конкуренція ставить на перший план такі фактори, як вища надійність, менша ціна і більш сучасний дизайн, ніж у конкурентів.

Експорт відрізняється від внутрішньої торгівлі також тим, що супроводжується вищими ризиками. Зазвичай виділяють комерційні та політичні ризики. Комерційні ризики пов’язані з реалізацією товарів на ринку, перевезенням вантажів, прийомом товару покупцем, його платоспроможністю та бажанням оплачувати товар, а також пов’язані з коливаннями валютного курсу. Політичні ризики визначаються політикою держави у сфері експорту та імпорту, такими як введення заборон на експорт або імпорт, переміщення грошових коштів і конвертованість валют і інші, а також ризики, пов’язані з страйками, війнами і т. д.

Документальне оформлення розрахункових операцій у сфері експорту включає в себе не тільки фінансові аспекти, але і важливі відомості щодо товару та його якості. Ось деякі з основних документів та елементів, що використовуються в цьому процесі (табл. 1.3):

Таблиця 1.3 – Документальне оформлення розрахункових операцій у сфері експорту

Технічна документація	Вона містить специфікації, упаковочні листи та інші технічні відомості про товар, які дозволяють однозначно ідентифікувати його характеристики та параметри.
Сертифікати якості	Документи, що підтверджують відповідність товару встановленим стандартам якості або умовам зовнішньоторгового контракту. Вони можуть бути видані відповідними сертифікаційними органами.
Гарантійні зобов’язання	Ці документи вказують на обов’язок продавця щодо якості товару та можливості його ремонту або заміни у випадку дефектів.
Протоколи випробувань	Зазвичай містять інформацію про результати тестів та перевірок, які були проведені з метою підтвердження якості товару.
Дозвіл на відвантаження	Цей документ підтверджує, що товар може бути відправлений із складу або заводу.
Грузові транспортні накладні	Вони використовуються для відслідковування переміщення товару від місця виробництва до місця призначення.
Коносаменти	Документи для морських перевезень, що підтверджують право на отригрння товару або його власність.
Акти прийгрння-передачі	Засвідчують факт виконання доставки та передачу товару від продавця покупцеві.

Складські свідоцтва	Підтверджують, що товар був прийнятий на зберігання на складі і може бути відвантажений за вимогою власника.
Грузова митна декларація	Документ для оформлення митних формальностей при перетині кордону.

Для успішного експорту важливо мати належну систему документування, яка враховує всі аспекти процесу, включаючи фінансові, логістичні та якісні аспекти.

1.2 Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

У сучасних умовах підприємство є основним ланцюжком у зовнішньоекономічній діяльності. Згідно із чинним законодавством підприємство - це самостійний господарський суб'єкт, створений у визначеному порядку для виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг з метою задоволення громадських потреб і отригрння прибутку. Для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства необхідна відповідна структура управління, яка визначається передусім цілями та завданнями, які вона має вирішувати.

Функціональні відділи та служби організаційної структури управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства можна умовно поділити на три групи (табл. 1.4):

Таблиця 1.4 - Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю

Група відділів та служб, які займаються плануванням:	
Відділ планово-економічного аналізу	планування зовнішньоекономічної діяльності, контроль виконання планів, аналіз господарської діяльності підприємства.
Валютно-фінансовий відділ	валютне планування та контроль банківських, валютних, кредитних і розрахункових операцій, дотригрння інтересів Всесвітньої торговельної організації (ВТО) у зовнішньоторговельних угодах.
Транспортний відділ	планування та забезпечення перевезень експортних та імпортних вантажів.
Група відділів та служб, які виконують функції забезпечення:	
Бухгалтерія ВТО (внутрішньої торговельної організації)	облік та звітність, розрахунки з банками, постачальниками та іншими організаціями, розрахунки та виплата заробітної плати, аналіз фінансової діяльності та рекомендації щодо її поліпшення.
Інші функціональні відділи та	

служби, які відповідають за інші аспекти зовнішньоекономічної діяльності підприємства.	

Організаційна структура управління може варіюватися в залежності від розміру та галузі діяльності підприємства. Головною метою такої структури є забезпечення ефективного управління всіма аспектами зовнішньоекономічної діяльності, включаючи фінансовий контроль, логістику та планування.

Важливо пам’ятати, що ефективне управління зовнішньоекономічною діяльністю передбачає співпрацю різних функціональних відділів, включаючи виробництво, маркетинг, логістику та юридичний відділ. Такий підхід допомагає забезпечити комплексний підхід до управління міжнародними операціями підприємства.

Група відділів, що забезпечують прийняття та виконання управлінських рішень:

Відділ розвитку: вдосконалення організаційної структури підприємства.

Відділ кадрів: питання підбору та розстановки кадрів, ведення особових справ працівників. Адміністративно-господарський відділ: забезпечення необхідними матеріалами та обладнанням для роботи підприємства, відповідальність за експлуатацію будівлі та інші господарські справи. Юридичний відділ: допомога у складанні умов контрактів та угод, консультації з питань претензій та рекламацій, розбіжностей, юридичне забезпечення. Іноді юридичний та протокольний відділи, а також бухгалтерія та відділ кадрів підпорядковуються безпосередньо генеральному директору ВТО та виконують ті ж функції.

Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є важливим аспектом ефективності його роботи на міжнародному ринку. Ось деякі ключові функціональні підрозділи та служби, що зазвичай існують в організаційній структурі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства:

Таблиця 1.5 - Структура управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Планово-економічний відділ	Цей відділ відповідає за планування внешньоекономічної діяльності підприємства, включаючи розробку планів, аналіз результатів, а також контроль виконання планів.
Валютно-фінансовий відділ	Відділ спеціалізується на валютному плануванні і контролі над фінансовими операціями, такими як банківські операції, валютний обмін, кредитні угоди та розрахунки.
Транспортний відділ	Відділ відповідає за планування та організацію транспортування товарів, які експортуються та імпортуються. Це може включати в себе вибір видів транспорту, маршрутів та перевізників.
Бухгалтерія	Ця бухгалтерія спеціалізується на обліку та звітності щодо фінансових операцій, включаючи розрахунки з банками, постачальниками, оплату праці тощо.

Організаційна структура управління може різнитися в залежності від розміру та галузі діяльності підприємства. Головною метою такої структури є забезпечення ефективного управління всіма аспектами внешньоекономічної діяльності, включаючи фінансовий контроль, логістику та планування.

Також важливо зазначити, що ефективне управління внешньоекономічною діяльністю вимагає співпраці різних функціональних підрозділів, включаючи виробництво, маркетинг, логістику та юридичний відділ. Такий підхід допомагає забезпечити комплексний підхід до управління міжнародними операціями підприємства.

1.3 Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю будівельної організації

Зовнішньоекономічна діяльність будівельної організації включає наступні основні напрямки:

– вихід на зовнішній ринок;

– експортно-імпортні поставки товарів та послуг капіталу;

– валютно-фінансові та кредитні операції;

– створення та участь у діяльності спільних підприємств;

– міжнародний маркетинг;

– моніторинг національної економічної політики та економіки міжнародних економічних зв’язків [6 с.95].

Ринкова стратегія будівельної організації передбачає порівняння всіх альтернативних варіантів у сфері зовнішньоекономічної діяльності та обґрунтування оптимального рішення.

Процес розробки ринкової стратегії будівельної організації охоплює наступні етапи .

Планування ринкової стратегії здійснюється будівельною організацією на трьох різних рівнях:

Глобальний рівень. На цьому рівні планування проводиться в найбільш довгостроковому аспекті, визначаються важливі цілі для підприємства, які розглядаються як єдине ціле.

Стратегічний рівень. Планування здійснюється на рівні керівництва підприємства та надає уявлення про довгострокові та середньострокові варіанти розвитку.

Фактичний рівень. У цьому випадку планування концентрується на визначенні конкретних заходів, необхідних для вирішення питань ефективного використання наявних ресурсів при реалізації глобальних цілей на ринках, де діє будівельна організація.

Планування стратегії будівельної організації має на меті, перш за все, запобігти негативному впливу зовнішніх факторів. Однією з його найважливіших функцій є прогнозування майбутнього. Визначаючи бажані та можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на світовому ринку, будівельна організація зменшує можливість непередбаченого впливу основних факторів, які діють на світовому ринку.

Планування ринкової стратегії також залежить від рівня інтернаціоналізації підприємства. Початківець в першу чергу намагається вибрати наибільш адекватний для ринку товар і встановити оптимальну ціну. Досвідчене підприємство, в основному, забезпечує вирішення проблем рівноваги використовуваних ресурсів на зовнішньому ринку, запуску або зняття з

виробництва продукції, розповсюдженню своєї продукції на ринках або виходу з них. У обох випадках необхідно використовувати формалізовані процедури планування - його етапам.

Процес планування стратегії будівельної організації складається з наступних етапів:

Етап аналізу та вибору ринків, залежно від цілей та ресурсів підприємства. Незалежно від ступеня втягнутості в зовнішньоекономічні зв'язки підприємство повинно постійно прагнути підтримувати стійке відповідність між наявним досвідом, виробляємою продукцією, своєю культурою, своїми цілями та характеристиками різних ринків. Для цього важливо визначити критерії вибору, такі як мінімальний потенціал, очікуваний період окупності інвестицій, певний рівень поточного прибутку і т. д. Прийняті заходи будуть ефективними тільки у випадку, якщо з моменту освоєння зовнішніх ринків будуть підтримуватися постійні зусилля з отригрння інформації та контролю за реалізацією проектів. Ці зусилля дають можливість підприємству мати необхідну інформацію для точної оцінки потенціалу, ризиків та можливостей, адаптації пропозиції та комерційних рішень щодо запуску компанії на даному ринку.

Фаза адаптації пропозиції. Мета цієї стратегічної фази - вимірювання ступеня адаптації різних елементів, таких як товар, ціна, система збуту, комунікації, для визначення належного обсягу пропозиції. Однією з проблем є культурне оточення запропонованого продукту: вимірювання цього феномена включає ідентифікацію, спосіб споживання, частоту покупок і т. д.

Фаза розробки маркетингового плану. Отригрні результати дають можливість розробити план, адаптований до ринку, який уточнює, що необхідно робити, як, яким чином і в які терміни. Процес планування стратегії будівельної організації Фаза аналізу та вибору ринків в залежності від цілей і ресурсів підприємства. Фаза адаптації пропозиції Фаза розробки маркетингового плану Фаза реалізації та контролю Питання витрат і ресурсів стають центральними, оскільки вони визначають успіх або невдачу плану. Бюджетний дефіцит або перебої в постачанні суттєво впливають на

ефективність зовнішньоекономічних дій. Фаза реалізації та контролю. Впровадження комерційного плану в зовнішньоекономічній сфері не обмежується лише прийняттям позитивного рішення. Важливо здійснювати моніторинг і контроль, щоб обгрунтувати підприємство і якомога раніше виявити можливе відхилення від планів освоєння ринку. А для цього потрібно мати не лише досить чітко визначені пріоритети, а й зберігати досягнуту відстань щодо поточних дій для оцінки відхилень і розробки коригуючих рішень. Процес стратегічного планування представляє собою замкнуту систему, функціонування якої пов’язане з виконанням двох умов: спостереження та забезпечення гнучкості. Систематичне спостереження дає можливість вимірювати результати і своєчасно виявляти відхилення; забезпечення гнучкості дозволяє здійснювати відповідні корекції. Отже, підприємство повинно прагнути виконувати обидві ці умови.

Стратегія росту будівельної організації включає визначення основних напрямків розширення бізнес-активності. Виділяються такі основні напрямки:

Таблиця 1.6- Стратегія росту будівельної організації

Розширення діяльності будівельної організації «вглиб»	сегментація існуючих ринків з метою охоплення своєю продукцією нових груп споживачів.
Розширення діяльності будівельної організації «вшир»	диверсифікація виробництва, тобто доповнення виробничої програми новими видами виробів, які можуть бути пов’язані з основним профілем підприємства або не пов’язані з ним.
Розширення діяльності «за межами»	інтернаціоналізація виробництва через освоєння нових зарубіжних ринків.
Кількісний ріст	збільшення обсягу виробництва стандартних товарів для існуючого ринку.

Значну частину маркетингової програми складає опис інструментарію досягнення поставлених цілей, тобто перелік маркетингових заходів або складової маркетингової політики для кожного товару, ринку і виробничого підрозділу:

Залежно від конкретних умов функціонування будівельної організації, маркетологи передбачають різні напрямки стратегій підприємницької, виробничо-збутової та науково-технічної діяльності. Зупинимось на основних з них.

Глобальні напрямки маркетингової стратегії включають наступні три напрямки розширення ринкової активності (рис. 1.2):

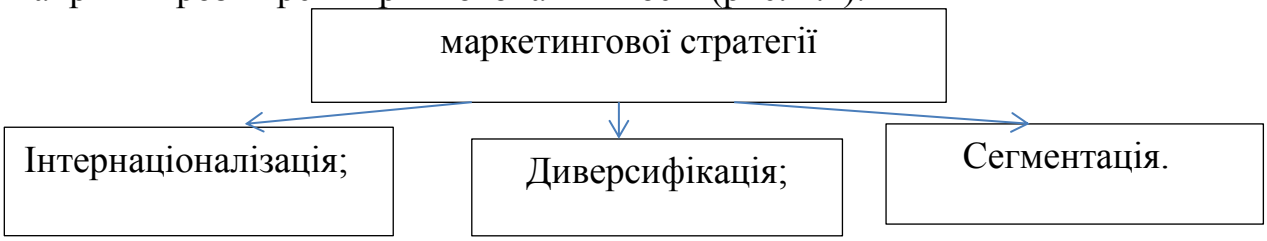


Рис. 1.2 - Маркетингової стратегії

Стратегія інтернаціоналізації полягає в освоєнні нових, зарубіжних ринків за допомогою не лише розширення експорту товарів, але й експорту капіталу. У цьому випадку за кордоном, зокрема в колишніх країнах-імпортерах, створюються підприємства, заводи та фабрики, які виробляють товари, обходячи обмежуючі торгові бар'єри і використовуючи переваги дешевої робочої сили і багатого місцевого сировинного матеріалу.

Стратегія диверсифікації полягає в освоєнні виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, включаючи не лише диверсифікацію товарних груп, але й розширення підприємницької діяльності на нові і не пов'язані з основними видами діяльності.

Стратегія сегментації передбачає поглиблення насиченості пропонованими товарами і послугами всіх груп споживачів, вибір максимальної глибини ринкового попиту та вивчення найменших його відтінків.

Глобальні напрями маркетингової стратегії розвиваються в рамках короткострокових і довгострокових цілей будівельної організації.

Короткострокові цілі:

Поточний прибуток: максимізація поточного прибутку, швидке одержання готівки.

Виживаність: забезпечення окупності витрат, збереження існуючого становища.

Довгострокові цілі:

Збут: максимізація обсягів продажу, досягнення певної частки ринку.

Якість: забезпечення лідерства за показниками якості.

На ринковій практиці існують три основних види стратегій розвитку будівельних організацій.

Стратегія наступу (атаки) - це завоювання і розширення ринкової частки.

Стратегія оборони - це утригрння існуючої ринкової частки. Ця стратегія приховує в собі небезпеку непоміченого наближення конкурента.

Стратегія відступу - це зменшення ринкової частки з метою збільшення прибутку за рахунок поступового виходу з ринку або ліквідації даного бізнесу.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Виробничо-економічна характеристика об’єкта дослідження

Спільне підприємство ТОВ «Тріумф» було засноване в січні 1996 року. Головною метою є виконання інженерних та будівельних робіт високої якості для компаній. Завдяки досвіду та інноваційним технологіям, компанія ТОВ «Тріумф» досягла великих успіхів у будівництві нафтогазопроводів, морських платформ та терміналів для великих нафтових проектів. Окрім потенціалу і досвіду, ТОВ «Тріумф» приділяє велику увагу охороні здоров’я та створенню безпечних умов праці.

У теперішній час компанія ТОВ «Тріумф» має намір розширити свою діяльність і в інших регіонах світу.

ТОВ «Тріумф» є юридичною особою, самостійним господарським суб’єктом, має самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в банках, кредитних установах, круглий печатки, яка містить його повне фірмове найменування та вказівку на його місцезнаходження, печатки та бланки із своїм фірмовим найменуванням, власний логотип, а також товарний знак та інші засоби індивідуалізації.

В межах, допущених чинним законодавством, головною метою Товариства є отригрння прибутку від своєї діяльності.

Колектив СП ТОВ «Тріумф» складається з когрнди фахівців, які мають практичний досвід використання передових технологій в будівництві та ремонті.

Для вирішення поставлених завдань за рахунок власних коштів було придбано найновішу спеціальну будівельну і підйомну техніку провідних світових виробників, таких як Liebherr і JCB.

Діючи як уповноважена особа директора на підставі наданих ним повноважень, він зобов’язаний забезпечувати виконання планів щодо

виробництва та постачання продукції в встановленому асортименті і високої якості за найменшими ресурсами; виконання планів капітального будівництва; впровадження в виробництво нової техніки та технологій, поліпшення організації виробництва і праці; зниження собівартості продукції, підвищення її якості; виконання зобов'язань перед державним бюджетом.

Виробнича структура підприємства представлена на наступній схемі (рис. 2.1).

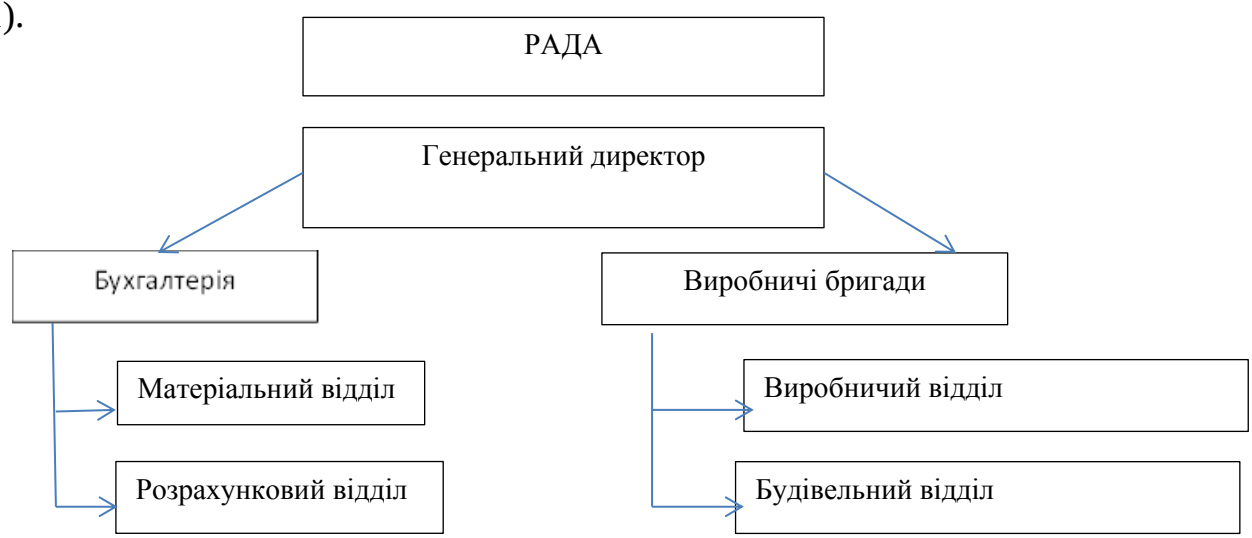


Рис. 2.1 – Організаційна структура

Бухгалтерія здійснює поточний бухгалтерський облік та звітність, здійснює контроль за витратами коштів, матеріальними цінностями та дотригрнням фінансової дисципліни.

Бухгалтерія поділяється на відділ матеріального обліку, який відповідає за облік матеріальних ресурсів на складі та їх використання, і розрахунковий відділ, який проводить нарахування заробітної плати для робітників та службовців підприємства, веде розрахунки з ними, а також відповідає за складання та подачу звітів.

Також на підприємстві існують виробничі бригади, якими керує бригадир. Вони об'єднуються в столярні та будівельні цехи. Розрахунки між підприємствами проводяться безготівковим способом.

Основними клієнтами будівельної компанії є як приватні особи, так і організації, які займаються будівництвом.

Середньоспискова кількість штатних співробітників підприємства становить 2000 осіб. Середньомісячна заробітна плата складає 1500 грн. Заробітна плата нараховується відповідно до штатного розпису.

Будівельна організація має висококваліфікованими спеціалістами.

Облік витрат на виконання БУД здійснюється для кожного об’єкта обліку, який визначається будівельною організацією на основі її технологічного спрямування.

Фактичні витрати на ТМЦ для виконання БУД на облікових об’єктах відображаються на підставі матеріальних звітів, відомостей про вартість виконання підрядних робіт та витрат, акта прийгрння виконання підрядних робіт.

Організації, які займаються будівельною діяльністю, діють відповідно до діючого податкового законодавства при оподаткуванні.

У підприємства є виробничі корпуси, які відповідають умовам будівельного процесу, і внутрішні транспортні комунікації.

Для цього підприємства ринок будівельно-монтажних робіт. Ринок послуг будівельно-монтажних робіт є олігопольним ринком з непрямим впливом держави на попит.

Основними покупцями продукції і робіт ТОВ «Тріумф» є юридичні особи, які мають різний розмір організацій. Багато з цих організацій є постійними клієнтами підприємства.

На даний момент діяльність ТОВ «Тріумф» спрямована на визначені споживчі сегменти - це замовники - юридичні особи. Будівельна організація підтримує і розширює встановлені зв’язки з основними постачальниками матеріалів з метою виявлення нових будівельних матеріалів. Вона також використовує нові розробки в галузі будівництва, надає навчання і перепідготовку персоналу.

Для аналізу фінансових показників діяльності ТОВ «Тріумф» за період 2019-2021 років, було проведено порівняльний аналіз показників. Фінансовий стан підприємства характеризує розподіл і використання його ресурсів, відображаючи виконання фінансового плану та джерела надходження власних

коштів через прибуток та інші джерела, а також швидкість обороту оборотних коштів. Фінансовий результат (прибуток або збиток) є найважливішим показником діяльності підприємства за звітний період, оскільки він відображає зростання (або зменшення) вартості власного капіталу організації, яке виникло в процесі її підприємницької діяльності за звітний період.

Власний капітал - це різниця між загальним активом та заборгованістю підприємства.

Заборгованість - це сукупність всіх зобов'язань підприємства перед кредиторами та постачальниками.

Аналіз цих показників за роками дозволить оцінити фінансовий стан підприємства та визначити тенденції його розвитку.

2.2 Аналіз фінансових показників діяльності ТОВ «Тріумф»

Фінансовий стан підприємства характеризує розподіл і використання його ресурсів. Він визначається ступенем виконання фінансового плану, джерелами поповнення власних коштів через прибуток та інші джерела, а також швидкістю обороту оборотних коштів. Фінансовий результат (прибуток або збиток) є основним показником діяльності підприємства за звітний період. Фінансовий результат представляє собою зростання (або зменшення) вартості власного капіталу організації, утвореного в процесі її підприємницької діяльності за звітний період [22].

Оскільки виконання фінансового плану в основному залежить від результатів діяльності підприємства, то фінансовий стан, який визначається всіма господарськими факторами, є найбільш узагальненими показниками.

Для оцінки загальних економічних тенденцій розглянемо техніко-економічні показники діяльності підприємства за 2019-2021 роки і проведемо їх порівняльний аналіз (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2- Техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Тріумф»

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Темп зростання відносно 2019 р. (%)	Темп зростання між 2018 та 2020 рр. (%)
Середньоспискова чисельність штатних працівників, осіб	23000	20000	34000	-11,50	147,83
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грнат	153020,0	130130,0	581020,1	-11,7	387,3
Виручка від реалізації, тис. грнат	2195605,6	4959110,6	1410913,9	225,9	64,22
Витрати на виробництво реалізованої продукції, тис. грнат	2401080,9	51125,0	18183,6	212,3	78,19
Прибуток від реалізації продукції, тис. грнат	-211113,3	-151150,4	-470113,7	72,8	222,08
Витрати на 1 грнат реалізованої продукції, грнат/грнат	1,097	1,03	1,34	93,89	

Згідно з даними в таблиці 2.2, середнесписковa чисельність штатних працівників коливається в межах від 20 000 до 34 000 осіб, і в порівнянні з 2019 роком, в 2020 році вона зменшилася. У 2019 році вона становила 23 000 осіб, а в 2020 році - 20 000 осіб. У 2021 році відбувається зростання - 34 000 осіб. За період з 2020 по 2021 рік темп зростання становить 86,9% та 147,74%, відповідно.

При аналізі основних показників господарської діяльності підприємства СП ТОВ «Тріумф» за 2019-2021 роки, поданих в таблиці 2.1, можна відзначити, що, якщо в 2020 році фінансові показники трохи поліпшилися порівняно з 2019 роком, то їхній стан суттєво погіршився в 2021 році.

Середньорічна вартість основних фондів в 2019 році склала 153 020,0 тис. грн. Протягом 2019-2021 років спостерігалася тенденція зниження цього показника. У 2020 році вартість основних фондів зменшилася на 22 890 тис. грн, що відповідає темпу зменшення -11,7%.

У 2021 році середньорічна вартість основних фондів становить 581 020,1 тис. грн, що, порівняно з базовим 2019 роком, відзначається зростанням цього показника майже в 3,9 рази.

Доходи від реалізації у 2019 році склали 2 195 605,6 тис. грн, у 2020 році відзначається зріст прибутку до 4 959 110,6 тис. грн. Темп зростання становив 225,9% у порівнянні з 2019 роком, що пов'язано зі збільшенням обсягів реалізації продукції. У 2021 році обсяг виручки від реалізації зменшився і становив 1 410 913,9 тис. грн. Темп росту склав 64,22% порівняно з 2019 роком. Це пов'язано із зменшенням обсягів виробництва та реалізації робіт (послуг).

Витрати на виробництво реалізованої продукції в 2019 році склали 2 401 080,9 тис. грн. З огляду на зріст виручки від реалізації, витрати на виробництво реалізованої продукції зросли і становили 51 125 тис. грн у 2020 році. Темп зростання склав 212,3%.

У 2021 році витрати становлять 18 183,6 тис. грн, темп зростання в порівнянні з 2019 роком - 78,19%, що пояснюється зменшенням обсягів виробництва та, відповідно, зниженням витрат.

Збиток від реалізації продукції у 2019 році склав 211 113,3 тис. грн, у 2020 році цей показник зменшився на 57,9 тис. грн і становив 151 150,4 тис. грн. У 2021 році значення цього показника складає 473,7 тис. грн, темп зростання склав 222,08%.

В цілому, аналізуючи діяльність підприємства, очевидно, що воно зазнає втрат та спостерігається значне зменшення власного капіталу внаслідок зростання збитків. Також помітні різкі зміни в окремих статтях балансу, дебіторська заборгованість не знаходиться в рівновазі з обсягами кредиторської заборгованості, запаси та витрати перевищують мінімальний рівень джерел їх формування (власних оборотних коштів). Крім того, помітний недостатній власний та оборотний капітал. Усе це можна назвати ознаками погіршення фінансової діяльності підприємства.

На підприємстві здійснюється щоденний оперативний контроль за платежами та поступленням матеріальних цінностей, виконанням фінансових зобов'язань перед бюджетом, державними цільовими фондами та банком.

Дебіторська заборгованість періодично перевіряється на підставі бухгалтерського обліку та звітності. На жаль, на СП ТОВ «Тріумф» не

проводиться поточного фінансового планування, що негативно впливає на діяльність підприємства.

За період з 2019 по 2021 роки рівень грошових надходжень збільшився. Якщо у 2019 році доходи складали 2195,6 млн грн, то у 2021 році вони становили 4961,1 тис. грн. Темп зростання порівняно з 2019 роком становив 226%. У 2021 році цей показник склав 1409,9 тис. грн, і темп зростання склав 64,21%.

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в 2019 році склав - 4121,9 тис. грн, у 2020 - 9068,2 тис. грн. Темп зростання - 220%. Відповідно зросли і непрямі відрахування з доходу (ПДВ та інші), якщо в 2019 році склало 1926,3 тис. грн, то в 2020 році - 4108,6 тис. грн. Темп зростання склав 213,3 тис. грн. У 2021 році доходи від основної операційної діяльності склали 3786,1 тис. грн, порівняно з 2019 роком (базовий рік) вони зменшилися на 335,8 тис. грн. Непрямі податки та інші відрахування з доходу в 2021 році становили 2376,2 тис. грн.

Отже, значний зріст доходів від виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) спостерігається лише за 2020 рік.

Темп зростання склав 188,2 тис. грн. Це пов’язано зі збільшенням кількості працівників на підприємстві та підвищенням їхньої заробітної плати.

У порівнянні з 2019 роком, з 2020 по 2021 рік зросли відрахування на соціальні заходи на суму 28,8 тис. грн, до 29,4 тис. грн і 49,3 тис. грн відповідно.

Інші операційні витрати в 2019 році становили 435,5 тис. грн, в 2020 році ця сума практично подвоїлася і становила 1381,8 тис. грн. У 2021 році операційні витрати скоротилися майже в 2,5 рази і становили 167,7 тис. грн.

У 2020 році на підприємстві була введена нова стаття витрат - амортизація. У 2020 році сума цього показника склала 2,1 тис. грн, а кінець 2018 року - 9,1 тис. грн.

Отже, протягом періоду з 2019 по 2021 роки вартість реалізованих товарів зросла і склала 435,5 / 1381,8 / 903,8 тис. грн відповідно. З огляду на

неприбуткову діяльність підприємства, протягом цього періоду не сплачувалось податку на прибуток.

Чистий збиток склав: в 2019 році - 213,3 тис. грн, 2020 році - 153,9 тис. грн і в 2021 році - 473,7 тис. грн. Темп зростання чистого збитку відповідно становив 72,1% і 222,08%.

Давайте розглянемо загальні показники діяльності підприємства, зокрема валовий прибуток (збиток), балансовий прибуток (збиток) та загальну рентабельність підприємства. Для цього представимо їх у формі таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 - Загальні показники діяльності підприємства

Рік	Валовий прибуток (збиток), тис. грн	Балансовий прибуток (збиток), тис. грн	Загальна рентабельність (%)
2019	-213,3	1191,1	-473,7
2020	-155,4	640,8	1957,4
2021	-473,7	-24,20	-24,20

Як можна побачити з цієї таблиці, підприємство має негативну рентабельність протягом всього аналізованого періоду, що свідчить про його убиткову діяльність. У 2021 році збиток значно зріс, досягши -470,1 тис. грн, що вказує на погіршення фінансового стану підприємства.

За валютою балансу в 2020 році спостерігається помітне зниження зростання практично вдвічі. Якщо в 2019 році валюта балансу становила 1191,1 тис. грн, то в 2020 році - 640,8 тис. грн. У 2021 році валюта балансу зросла і склала 1957,4 тис. грн. Темп зростання склав 164,33%.

Загальна рентабельність підприємства в 2019 році склала (-17,9%), в 2020 році - (24,25%), в 2021 році - (-24,20%).

Для більш детального аналізу діяльності підприємства проведемо загальну оцінку фінансового стану підприємства.

При розгляді активної частини балансу можна зробити висновки, що за аналізований період 2019-2021 років частка необоротних активів в структурі балансу становить у середньому 2,56% від активу балансу.

Основні засоби підприємства не великі і у 2019 році складали 1,28% від активу балансу - підприємство ще не володіло основними засобами. У 2020

році основні засоби становили 3,44% від валюти балансу, а у 2021 році становили 2,97%. Темп зростання за 2020-2021 роки склав 144,74% і 382,24% відповідно.

В цілому можна відзначити позитивний ріст обсягу основних засобів на підприємстві, що пов'язано з розширенням структурних підрозділів підприємства, збільшенням офісних і складських площ, а також відповідним придбанням меблів, офісної техніки і іншого обладнання. Це є характерною тенденцією для молодого, розвиваючогося підприємства.

Оборотні кошти підприємства мають досить стабільний обсяг і складають у середньому 97,44% від активу балансу. Можна сказати, що оборотні кошти будівельної організації мають тенденцію до зростання, що вказує на стабільний обіг коштів. Це головним чином пов'язано з гострим зростанням запасів (у 2017-2018 роках спостерігається зростання цього показника на 107,0 і 225,2 тис. грн) і готової продукції (у 2021 році - 10,12% в сумі 198,1 тис. грн).

Тим не менше, різке збільшення запасів і готової продукції свідчить про труднощі у збуті продукції і неритмічну роботу підприємства. У 2021 році спостерігається різке зниження дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги (з 669,2 тис. грн до 326,3 тис. грн), а також значне зростання поточної дебіторської заборгованості на суму 1082,5 тис. грн - що становить 55,3% від валюти балансу в 2021 році.

Абсолютно ліквідна частина - грошові кошти - скоротилася впродовж 2018 року на 21,7 тис. грн і склала 3,43% від загальної суми активів, що на 0,62% менше порівняно з базовим 2019 роком. Хоча ще в 2020 році сума грошових коштів в національній валюті становила 88,9 тис. грн, а відсоткова частка в структурі склала 13,87%.

Назва фінансового коефіцієнта	Значення коефіцієнта			Зміни	
Рік	2019	2020	2021	2020	2021
Сума господарських коштів, що знаходяться в розпорядженні підприємств	1191,1	640,8	1957,4	-550,3	766,3
Вартість необоротних активів (активів)	1500,2	2200,0	5800,1	6,8	42,9

Вартість оборотних активів	1175,9	618,8	1899,3	-557,1	723,4
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2
Коефіцієнт корисності основних засобів	0,0	0,9	0,8	0,9	0,8

Таблиця 2.4 – Аналіз господарської діяльності 2019-2021 рр.

В цілому, валюта балансу коливається. У 2019 році вона складала 1191,1 тис. грн, у 2020 році - 640,8 тис. грн, у 2021 році - 1957,4 тис. грн. Зміни становлять -550,3 тис. грн і 766,3 тис. грн відповідно.

Після складання порівняльного аналітичного балансу і проведення необхідних розрахунків можна отримати кілька важливих показників стосовно фінансово-майнового стану підприємства. Серед таких показників вартість майна підприємства, вартість необоротних активів, вартість оборотних активів, а також коефіцієнт зносу основних засобів.

Таблиця 2.5 показує, що в 2021 році сума господарських коштів, які знаходяться в розпорядженні підприємства, зросла і становила 1957,4 тис. грн., що є позитивною тенденцією. Це може свідчити про розширення господарської діяльності підприємства, що загалом є позитивною характеристикою.

Вартість необоротних активів (активів) зросла, і в 2021 році цей показник склав 5800,1 тис. грн. У свою чергу, за період 2019-2021 років необоротні активи підприємства в середньому становлять 2,6% загального обсягу активів, що свідчить про «легку» структуру активів. Це означає, що майно підприємства має високу мобільність.

Порівняно з 2019 роком вартість оборотних активів підприємства зросла на 723,4 тис. грн. і становила 1899,3 тис. грн.

Коефіцієнт зносу в 2020 році склав 0,1; в 2021 році - 0,2 відповідно. Це свідчить про те, що у 2020 році було списано 1% від вартості основних засобів, а в 2021 році - 2%.

Отже, в порівнянні з 2019 роком, майно розглянутого підприємства за звітний період (2021 рік) збільшилося на 766,3 тис. грн. Такі зміни є позитивними, оскільки це сталося в основному завдяки зростанню поточної дебіторської заборгованості на 55,3 тис. грн. Такі зміни є позитивними, якщо в

складі дебіторської заборгованості відсутня прострочена, оскільки це свідчить про розширення діяльності підприємства. Стан основних засобів задовільний, оскільки коефіцієнт зносу становить всього лише 2%, що може свідчити про те, що розглянуте підприємство тільки починає свою діяльність. Загалом, з огляду на обговорені показники, можна сказати, що на підприємстві за рік стався зріст імущественого потенціалу. Для оцінки ефективності цього потенціалу необхідно провести аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства і визначити, чи зможе підприємство погасити всі свої короткострокові зобов'язання без порушень строків погашення, і чи має підприємство достатню кількість грошових коштів і їх еквівалентів для розрахунків по кредиторській заборгованості, яка вимагає негайного погашення.

Проведемо розрахунок і оцінку фінансових показників ліквідності ТОВ «Тріумф» за 2021 рік. Аналіз ліквідності балансу полягає у порівнянні активів, згрупованих за ступенем ліквідності, з короткостроковими зобов'язаннями на пасиві, які також групуються за ступенем терміновості їх погашення.

От результатів розрахунків видно, що у цій організації співставлення підсумків груп за активами та пасивами має наступний вигляд:

на початок року - (Л1 < П1; Л2 > П2; Л3 > П3; Л4 > П4);

на кінець року - (Л1 < П1; Л2 < П2; Л3 > П3; Л4 > П4).

Як бачимо, як на кінець, так і на початок року спостерігається недостаток найбільш ліквідних активів для покриття найбільш термінових зобов'язань. Цей нестача становить на початок року 902,6 тис. грн, на кінець року - 1275,2 тис. грн.

На кінець року зросла недостача швидко реалізованих активів (1278,7 тис. грн). В свою чергу, важкореалізовані активи перевищують постійні зобов'язання як на початок (372,7 тис. грн), так і на кінець року (882,5 тис. грн).

Така ситуація є загрозливою для підприємства, оскільки значення цих показників продовжують зростати.

Розглянуті співвідношення показників свідчать про те, що баланс не є абсолютно ліквідним.

Оцінка ліквідності, яку проводять за запропонованою схемою, є приблизною. Більш детальний аналіз ліквідності здійснюється за допомогою фінансових коефіцієнтів. Крім того, на практиці такий підхід до аналізу ліквідності використовується набагато частіше.

Показник коефіцієнта фінансової залежності має від'ємне значення, що свідчить про відсутність залежності від зовнішніх інвесторів у фінансуванні підприємства. Тим не менше, динаміка показника фінансової автономії у даному випадку є негативною тенденцією для аналізованого підприємства.

Коефіцієнти забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами та забезпеченості запасів і витрат власними коштами мають від'ємне значення, що свідчить про необхідність залучення позичкових коштів.

Підприємство характеризується низьким рівнем грневреності власного капіталу, що обумовлено часткою власних коштів у структурі пасивів підприємства. Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел фінансування протягом 2019-2021 років становить одиницю, що також свідчить про відсутність залежності від зовнішніх інвесторів.

Згідно з даними балансу проведемо аналіз абсолютних показників

Коєфіцієнт оборотності активів в 2020 році склав 5,4, а в 2021 році він різко зменшився до 1,08. Це свідчить про зниження ефективності використання активів підприємства.

Коєфіцієнт оборотності дебіторської заборгованості також зменшився з 9,5 в 2020 році до 4,05 в 2021 році, що може свідчити про затримки у погашенні заборгованості від клієнтів.

Длительность оборотності дебіторської заборгованості збільшилася з 37,9 днів в 2020 році до 88,9 днів в 2021 році, що також вказує на затримки у погашенні заборгованості.

Коєфіцієнт оборотності кредиторської заборгованості в 2020 році склав 5,5, а в 2021 році він зменшився до 1,6. Це може свідчити про подовження строків погашення кредиторської заборгованості.

Тривалість оборотності кредиторської заборгованості збільшилася з 65,5 днів в 2020 році до 225 днів в 2021 році, що також вказує на подовження строків погашення кредиторської заборгованості.

Коєфіцієнт оборотності матеріальних запасів зменшився з 98,6 в 2020 році до 29,8 в 2021 році, що може вказувати на збільшення обсягу немаркетингових запасів.

Тривалість оборотності запасів збільшилася з 3,65 днів в 2020 році до 12,1 днів в 2021 році, що також свідчить про подовження строків обороту запасів.

Термін оперативного циклу збільшилася з 13,15 днів в 2020 році до 101 дня в 2021 році.

Термін оборотності оборотного капіталу збільшилася з 7,65 днів в 2020 році до 14,55 днів в 2021 році.

Загальною тенденцією є зниження ефективності обороту активів і затримки у погашенні заборгованості, а також збільшення строків обороту запасів і оперативного циклу. Ці показники свідчать про можливі фінансові труднощі на підприємстві та потребу у покращенні управління оборотними активами і заборгованістю.

Дані розрахунків свідчать про те, що ефективність обороту дебіторської заборгованості на підприємстві С.П. ТОВ «Тріумф» значно знижується, і ця тенденція є негативною. Зменшення коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості і збільшення тривалості її обороту свідчать про затримки в погашенні заборгованості від клієнтів, що може вплинути на грошовий потік підприємства.

Коєфіцієнт оборотності кредиторської заборгованості також зменшився, що може свідчити про подовження строків погашення кредиторської заборгованості. Співвідношення цих показників свідчить, що підприємство отримує грошові кошти від дебіторів швидше, ніж виплачує своїм кредиторам.

Збільшення тривалості обороту запасів і оперативного циклу також свідчить про можливі труднощі в управлінні запасами та виробничим циклом підприємства. Подовження оперативного циклу може вказувати на збільшення

часу, необхідного для перетворення ресурсів на готовий продукт та отригрння коштів від його продажу.

Показники рентабельності також знаходяться на низькому рівні, але позитивною є тенденція до їхнього зростання у 2021 році. Це може свідчити про певне покращення фінансової результативності підприємства у порівнянні з попередніми роками.

Усі ці показники і тенденції вказують на те, що підприємство може стикатися з фінансовими труднощами та проблемами у веденні оборотних активів. Важливо вжити заходів для покращення ефективності управління заборгованістю, запасами та збільшення рентабельності для забезпечення стабільності підприємства.

Таблиця 2.5 – Аналіз рентабельності діяльності підприємства, 2019-2021 рр.

	Роки			Відхилення	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020
Рентабельність сукупного капіталу	-17,9	-24,2	-24,2	-6,3	-6,3
Рентабельність власного капіталу	108,4	-44,3 -	57,5	64,1	50,9
Чиста рентабельність реалізованої продукції	9,7	-3,1 -	33,6	6,6	-23,9
Чиста рентабельність виробництва	-8,8	-3	-25,1	5,8	-16,3

Показники рентабельності підприємства С.П. ТОВ «Тріумф» за 2019-2021 роки показують значний зниження рентабельності на всіх рівнях. Ось деталі:

Рентабельність сукупного капіталу: З 2019 по 2021 рік показник погіршився і становив -17,9% в 2019 році, -24,2% як у 2020, так і в 2021 році. Зменшення на 6,3% у 2020 році в порівнянні з 2019 роком.

Рентабельність власного капіталу: Показник сильно зменшився від -108,4% в 2019 році до -44,3% у 2020 році, але знову знизився до -57,5% в 2021 році. Збільшення на 64,1% у 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Валова рентабельність реалізованої продукції: Показник знизився від -9,7% в 2019 році до -3,1% у 2020 році, але значно впав до -33,6% в 2021 році. Зменшення на 6,6% у 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Операційна рентабельність реалізованої продукції: Цей показник також показує зниження з -9,7% в 2019 році до -3,1% у 2020 році, але значно впав до -33,6% в 2021 році. Зменшення на 6,6% у 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Чиста рентабельність реалізованої продукції: Показник також демонструє зниження з -9,7% в 2019 році до -3,1% у 2020 році, але значно впав до -33,6% в 2021 році. Зменшення на 6,6% у 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Валова рентабельність виробництва: Показник впав з -8,8% в 2019 році до -3% у 2020 році, але ще більше зменшився до -25,1% в 2021 році. Зменшення на 5,8% у 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Чиста рентабельність виробництва: Цей показник також знизився з -8,8% в 2019 році до -3% у 2020 році, але значно зменшився до -25,1% в 2021 році. Зменшення на 5,8% у 2021 році в порівнянні з 2020 роком.

Загальний тренд показує, що рентабельність підприємства значно знизилася протягом досліджуваного періоду, що може свідчити про проблеми у фінансовій стабільності і ефективності управління підприємством. Необхідно провести докладний аналіз та розглянути заходи для покращення фінансового стану та рентабельності.

Спочатку це необхідно для виявлення ознак погіршення фінансового стану підприємства та прийняття правильних управлінських рішень щодо майбутнього підприємства.

Серед основних причин погіршення фінансового стану підприємства можна виділити наступні:

- об’єктивні причини, що створюють умови господарювання:
- недосконаліть фінансової, грошової, кредитної, податкової систем,
- нормативної та законодавчої бази реформування економіки;
- суб’єктивні причини, які стосуються безпосередньо господарювання:
- нездатність передбачити банкрутство та уникнути його в майбутньому;
- зменшення обсягів продажів через погане вивчення попиту,
- обслуговування, відсутність реклами;
- необґрунтовано великі витрати;
- низька рентабельність продажів;
- велика сума заборгованості.

Аналіз та оцінка структури балансу проводяться на основі коефіцієнта ліквідності та коефіцієнта забезпеченості власними коштами.

Коефіцієнти поточної ліквідності протягом всього аналізованого періоду мають наступні значення: коефіцієнт мав значення 23,77, на кінець 2020 року 12,0, на кінець 2021 року 6,3.

Отже, існує від'ємна динаміка показників ліквідності підприємства. Порівняння коштів по активу, згрупованих за ступенем їх ліквідності, з зобов'язаннями за строками їх погашення має наступні значення: на початок 2018 року А1>П1;А2<П2;А3>П3;А4<П4.

Отже, в перспективі підприємство може виправити всі свої короткострокові зобов'язання. Проте, оскільки до групи повільно реалізовуваних активів включаються товарні запаси, їх зменшення може призвести до порушень в роботі підприємства, тому погашення короткострокових пасивів потрібно здійснювати за рахунок прибутку підприємства.

Так, у 2021 році було отригрно прибуток у розмірі 1024,1 тис. грн, що дозволило до кінця 2021 року збільшити найбільш ліквідні активи на 427,6 тис.грн і зменшити зобов'язання на 35,5 тис. грн. Загальний платіжний залишок по найбільш термінових зобов'язаннях становив 752,2 тис. грн, що дозволило погасити зобов'язання перед учасниками на суму 323,2 тис. грн.

Отже, показники ліквідності на кінець 2021 року мають наступні значення: А1>П1; А2=П2; А3>П3; А4<П4. Баланс вважається абсолютно ліквідним.

На кінець 2020 року показники ліквідності також мали абсолютне значення: А1> П1; А2=П2; А3>П3; А4<П4.

На кінець 2018 року ситуація з ліквідністю знову погіршилася. Показники мають наступні значення: А1>П1; А2<П2; А3>П3; А4<П4. За першим нерівністю є платіжний дефіцит у розмірі 501,2 тис. грн, що дозволяє повністю компенсувати дефіцит платежів за виплатою доходів учасникам на суму 150 тис. грн.

Залишкові показники, які були обчислені при аналізі балансу підприємства, характеризуються наступним чином:

– фінансове стан підприємства є стійким;

– баланс підприємства є ліквідним.

Проте показники ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості мають тенденцію до погіршення.

Аналіз «Звіту про прибутки та збитки» також виявив зниження обсягу продажів, збільшення собівартості реалізованих товарів, що призводить до зменшення валового прибутку, а також зростання комерційних витрат. Рентабельність підприємства за три аналізованих роки має від'ємну динаміку за всіма показниками, що може призвести до збільшення заборгованості перед кредиторами та зменшення частки швидкореалізованих активів в балансі підприємства.

Якщо фінансово-економічна ситуація на підприємстві значно погіршиться, то показники ліквідності можуть мати такий характер:

А1>П1;

А2<П2;

А3>П3;

А4<П4.

З цього випливає, що баланс підприємства не можна вважати ліквідним, оскільки дефіцит платежів по кредиторській заборгованості становить 227,8 млн. грн.

Підприємство не може вчасно виплатити свої зобов'язання. У 2021 році збільшилися товарні запаси, які відносяться до групи повільно реалізованих активів.

2.3 Оцінка зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії ТОВ «Тріумф» показав, що підприємство має кваліфікованих спеціалістів з багаторічним досвідом у різних галузях будівництва та управління будівельними роботами.

Основні види діяльності компанії включають:

– Виконання будівельно-монтажних робіт;

– Підготовка будівельної ділянки;

– Будівництво несучих та огороджуючих конструкцій будівель і споруд;

– Роботи з улаштування зовнішніх інженерних мереж і обладнання;

– Роботи з захисту конструкцій і обладнання;

– Оздоблювальні роботи;

– Транспортне будівництво;

– Виконання функцій генерального підрядника, інжиніринг;

– Виконання функцій замовника;

– Земельні роботи, цивільне будівництво;

– Виконання науково-технічних, проектно-дослідницьких, конструкторських та монтажних робіт;

– Виконання проектних робіт для будівель та споруд;

Будівництво всіх видів доріг, їх основ та поверхонь, мостів, будівельно-монтажні та ремонтні роботи будівель і споруд, інших об’єктів тощо.

Будівництво різних видів доріг, їх основ та покриттів, мостів, будівельно-монтажні та ремонтні роботи будівель і споруд і інші об’єкти - це головні види діяльності будівельної компанії ТОВ «Тріумф». Наявність висококваліфікованих кадрів з великим досвідом в різних сферах будівництва та використання сучасних технологій дозволяє компанії бути конкурентоспроможною не лише на внутрішньому ринку будівництва, а й на будівельному ринку інших країн.

Протягом останніх років керівництво ТОВ «Тріумф» приділяло певну увагу розвитку зовнішньоекономічних зв’язків. Про це свідчить динаміка їхньої діяльності.

З одного боку, зростала імпортна обсяги будівельної техніки та матеріалів, а з іншого боку, збільшувалися обсяги будівництва за кордоном. При цьому вартість імпортних будівельних матеріалів у загальному обсязі використаних матеріалів, що використовувалися в процесі будівництва, зросла з 10% у 2018 році до 33% у 2021 році і склала 1598,3 тис. грн, а витрати на будівельну техніку та механізми зросли відповідно до 1730,2 тис. грн. До 2605,7 тис. грн.

Аналіз показав, що збільшення витрат на імпортні будівельні матеріали, а також на транспортні засоби, будівельну техніку та обладнання в основному

було пов’язано з виконанням будівельних робіт за кордоном, передусім в Грузії та Туреччині.

Одночасно слід відзначити, що рентабельність будівельних робіт на території інших країн була значно нижчою, ніж в Україні. Це, насамперед, пов’язано з наступними факторами:

Для початку, недостатній досвід організації зовнішньоекономічної діяльності, особливо на ранніх етапах аналізованого періоду, призвів до занадто високих операційних витрат в кінцевому підсумку.

По-друге, підвищені витрати на безпосередньо будівельні роботи в інших країнах.

По-третє, неспроможність (на повну міру) конкурувати в умовах високої конкуренції.

Висновок про необхідність удосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю компанії ТОВ «Тріумф», зокрема, наданням будівельних послуг в інших країнах, є доцільним і важливим. Це може включати в себе такі заходи, як покращення маркетингових стратегій, оптимізацію витрат, підвищення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках та більше уваги до аналізу ризиків і управління ними. Правильно організована зовнішньоекономічна діяльність може допомогти компанії ТОВ «Тріумф» розширити свою присутність на міжнародних ринках і підвищити свій доход.

Також може бути корисно провести подальший аналіз ринків та конкурентів у країнах, де компанія має намір працювати, а також розробити стратегію, спрямовану на зменшення негативних аспектів, виявлених під час попереднього дослідження внутрішнього і зовнішнього середовища компанії.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії ТОВ «Тріумф» свідчить про необхідність вдосконалення управління її експортно-імпортними операціями, і, передусім, про надання будівельних послуг в інших країнах.

РОЗДІЛ 3
ОСНОВНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СП ТОВ «ТРІУМФ»

3.1 Основні напрями оптимізації зовнішньоекономічних операцій підприємства

Загальний аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Тріумф» показав, що підприємство, обладнане значним виробничо-технічним потенціалом, висококваліфікованими кадрами, достатніми фінансовими ресурсами та є найбільшою будівельною організацією в регіоні, недостатньо представлене на ринку будівельних послуг інших країн, насамперед сусідніх.

У подальшому вдосконаленні своїх зовнішньоекономічних зв'язків підприємство має вирішальне значення в складних обставинах (через відносно обмежений внутрішній ринок певних видів будівельних робіт) і є однією з найважливіших умов подальшого розвитку і успішної діяльності ТОВ «Тріумф» в цілому в поточний і майбутні періоди.

Вирішення цієї задачі передбачає, насамперед, визначення основних напрямків вдосконалення ЗЕД підприємства.

На нашу думку, основними напрямами вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності компанії ТОВ «Тріумф» є:

– розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності СП ТОВ «Тріумф»;

– вдосконалення структури управління;

– суттєве збільшення обсягів будівельних робіт підприємства ТОВ «Тріумф» за кордоном, а також частки будівництва в інших країнах у загальному обсязі будівництва підприємства;

– збільшення частки будівельних робіт в Україні

– вихід на ринок будівельних робіт в ОАЕ.

– збільшення експорту будівельних матеріалів, передусім до Турції.

Найважливішим із них, на нашу думку, є розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності на довгострокову (10-15 років) і середньострокову (5-7 років) перспективу.

Стратегія підприємства - це розрахована на перспективу система заходів, що забезпечує досягнення конкретних цілей, намічених компанією. Сутність розробки та реалізації полягає в тому, щоб обрати потрібний напрямок розвитку з численних альтернатив і направити виробничу та господарську діяльність вздовж обраного шляху.

Система стратегічного управління передбачає:

Виділення ресурсів для досягнення стратегічних цілей, незалежно від фактичної структури управління виробничо-господарською діяльністю;

Створення керівництва для кожної стратегічної цілі;

Оцінку та стимулювання виробничих підрозділів і їх керівників за ступенем досягнення стратегічних цілей.

Сьогодні все більше стає очевидним, що основною особливістю систем управління будівельним підприємством в умовах конкуренції є їх орієнтація на довгострокову перспективу, тобто управління проведенням досліджень, диверсифікацією операцій, інноваційною діяльністю та максимальним використанням творчої активності персоналу. Досвід розвинених країн показує, що ефективне вирішення всіх перелічених завдань неможливе без стратегічного управління.

Для досягнення цього завдання на першому етапі потрібно провести дослідження зовнішнього середовища, тобто конкурентів, постачальників та споживачів будівельних послуг ТОВ «Тріумф». Далі необхідний аналіз існуючого положення та можливостей самого підприємства, його технічних, технологічних, фінансових, сировинних та інших ресурсів. Третім етапом є застосування SWOT-аналізу, який також іноді називають матрицею першого стратегічного аналізу. Це найпростіший і доступний метод, який дійсно допомагає вибрати оптимальну маркетингову стратегію.

SWOT-аналіз - це один з найпоширеніших видів аналізу в стратегічному управлінні на сьогодні. SWOT-аналіз дозволяє виявити і структурувати сильні

та слабкі сторони компанії, а також потенційні можливості і загрози. Цього досягається за рахунок порівняння внутрішніх сил і слабкостей компанії з можливостями, які надає ринок. Виходячи з якості відповідності, робиться висновок щодо того, в якому напрямку організація повинна розвивати свій бізнес і, в кінцевому підсумку, визначається розподіл ресурсів за сегментами.

Аналіз зовнішнього середовища компанії показав, що будівельні та будівельно-ремонтні роботи на території регіону, що охоплює кілька прилеглих держав (Грузія, Туреччина), здійснюють не більше п’яти компаній такого масштабу. Тим часом на цьому ринку діє понад 60 менших компаній, які мають певну частку потенційного ринку будівельних робіт. При цьому частка жодної з компаній не перевищує 10% загального регіонального ринку будівельних робіт.

На основі результатів аналізу ринку будівельних послуг не виявлено домінуючих компаній на ринку. Ринок будівельних послуг у різних сегментах будівництва є конкурентним.

Під час аналізу зовнішнього середовища на макрорівні виявлено оцінки, які характеризують реальний стан соціальної, юридичної, економічної, політичної та технологічної сфер у сфері будівництва в зазначеному регіоні.

З отригрних даних видно, що найбільший позитивний вплив на будівельну діяльність сьогодні справляють соціальна та політична сфери, а також позитивно впливає технологічне середовище у всіх країнах, які створюють зазначений регіон.

Щодо економічної та юридичної сфер, то їх вплив на будівельну діяльність в різних країнах різний. У Грузії вони мають стимулюючий характер, в Туреччині - переважно нейтральний. У Ірані економічна та юридична сфери є негативними, причому стан правового середовища оцінюється практично найнижчою оцінкою, що вказує на очевидні проблеми для будівельного бізнесу з боку правового захисту.

Аналіз внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Тріумф» (рис. 3.2) свідчить, що підприємство має такі сильні сторони:

потужний виробничий потенціал;

наявність висококваліфікованих кадрів;

великий досвід надання будівельних послуг в різних сферах будівництва;

використання сучасних будівельних технологій.

До слабких сторін підприємства варто віднести:

– нестабільне фінансове становище підприємства в останні роки;

– відсутність великої практики надання будівельних послуг в умовах конкуренції.

Співередність зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Тріумф» відкриває перед ним наступні нові можливості.

Значне збільшення обсягів надання будівельних послуг за межами Азербайджану; Підвищення ефективності функціонування ТОВ «Тріумф» в цілому. - Забезпечення географічної диверсифікації діяльності підприємства. - Підвищення фінансової стійкості підприємства на довгострокову перспективу. Можливими загрозами для ТОВ «Тріумф» у випадку значного розширення зовнішньоекономічної діяльності можуть стати:

- сильніший негативний вплив світових економічних криз на результати фінансово-господарської діяльності. - негативний вплив на функціонування підприємства можлива політична ситуація в окремих прилеглих країнах.

- можливі фінансово-економічні втрати, пов’язані з нестабільністю законодавства та недостатньою юридичною захищеністю.

Першочерговим завданням підприємства є розширення та подальше утримання сегментів існуючих ринків. Говорячи про зміни внутрішнього середовища підприємства, слід мати на увазі, що зміни повинні відбуватися одночасно на двох рівнях - на рівні керівництва підприємства та на рівні керівників середнього і нижчого рівнів. На рівні керівництва підприємства необхідно:

– включити до його складу керівників служб, пов’язаних з маркетингом і збутом продукції, причому ці служби повинні зайняти домінуюче місце в організації підприємства;

– раптово посилити чутливість до нових методів управління, організації виробництва та збуту продукції;

– сформувати атмосферу творчості, пошуку, ініціативи.

На рівні керівників середнього та нижчого рівня необхідно:	
	створити систему перепідготовки кадрів з орієнтацією на ринкові методи управління (менеджерського типу);
	сформулювати посадові інструкції з чітким вказівкою їх прав та обов’язків;
	відпрацювати систему ротації керівних кадрів, передбачивши не тільки підвищення в посаді за ініціативну роботу, але й пониження за безініціативну роботу та некомпетентність;
	сформулювати систему оперативного інформування керівників середнього рівня про зміни в стратегії та тактиці підприємства.

Рис. 3.2 – Стратегія розвитку на рівні керівників середнього та нижчого рівня

Також необхідно змінити відносини з «зовнішнім» середовищем. Службою маркетингу, іншими дослідницькими службами підприємства повинно бути організовано постійне вивчення загальних тенденцій розвитку своєї та суміжних галузей народного господарства, поведінки конкурентів, ефективності існуючої на підприємстві маркетингової політики. Для цих цілей можуть використовуватися послуги різних спеціалізованих організацій, залучатися зовнішні фахівці-консультанти.

Також важливо змінювати відносини з «зовнішньою» середовищею. Служба маркетингу, інші дослідницькі служби підприємства повинні постійно вивчати загальні тенденції розвитку своєї та суміжних галузей національного господарства, поведінку конкурентів, ефективність проведеної підприємством маркетингової політики. Для цих цілей можуть використовуватися послуги різних спеціалізованих організацій, залучатися зовнішні фахівці-консультанти.

Не менш важливим є вивчення та запозичення передового досвіду роботи інших підприємств.

Необхідність виділення спеціального підрозділу, призначеного для забезпечення виконання маркетингових функцій, визначається тим, що неможливо стати на шлях ринкової концепції управління, об’єднати в єдиний процес всі елементи маркетингу без їх ретельної координації та управління.

Створюваний відділ маркетингу має не тільки керувати всією діяльністю підприємства з продукції на зовнішньому ринку, але і нести відповідальність за планування виробництва, розробку стратегії та тактики, реклами, ціноутворення.

Ця служба повинна стати джерелом інформації та рекомендацій для прийняття рішень з багатьох питань виробничої та фінансової діяльності.

Виходячи з цієї структури, можна визначити економічний ефект, який принесе відділ маркетингу підприємству.

- Керівник відділу маркетингу
- Бюро ринкових досліджень та планування
- Бюро управління збутом та сервісом
- Збільшення будівельних робіт за кордоном.
- Вихід на будівельний ринок Об’єднаних Арабських Еміратів.

Вивчаючи економіку Об’єднаних Арабських Еміратів, видно сучасну картину – стану країни, яка за короткий період часу змогла зробити великий відступ від перехідної до ринкової економіки. Країна стала не лише видобувальною, але й виробничою, завдяки чому сталися такі глобальні зміни, які вплинули на кожного мешканця цієї країни.

Завдяки нафтовому буму в ОАЕ було побудовано шість міжнародних аеропортів, шістнадцять морських портів, сотні шкіл, лікарень та готелів. У Дубаї діє шість вільних економічних зон. В даний час ОАЕ є однією з найбагатших країн світу, їх рівень життя повністю порівнюється з країнами Великої сімки.

Згідно з прогнозами, сектори економіки, не пов’язані з нафтопродуктами, передусім будівництво, сприятимуть економічному росту у 2020 році і забезпечать значне зростання внеску економіки без нафтопродуктів у ВВП.

Розвиток бізнесу та туризму сприяв початку будівельного буму в еміратах. Мільярди доларів інвестувалися у показові проекти, а символами таких міст, як Абу-Дабі та космополітичний Дубай, стали розкішні готелі та хмарочоси.

Важливо також відзначити, що світова криза сприяла регулюванню законодавства у сфері нерухомості. Внаслідок цього ринок став ще більш прозорим, а покупці та їх інвестиції стали ще більше захищеними.

Країна має достатній обсяг фінансових резервів для підтримки будівельної галузі. Лише золотовалютні резерви на початок 2019 року складали понад 80 мільярдів доларів. Накопичені нафтові долари в економіці країни також є надійним захистом від міжнародних економічних катастроф.

3.2 Розробка моделі оптимізації (удосконалення) зовнішньоекономічних зв'язків підприємства ТОВ «Тріумф»

Політика в галузі інноваційної діяльності має особливе значення для будівництва, оскільки багато будівельного обладнання вже застаріло, потрібні нові технології та матеріали. У галузі з'являються нові технології, які дозволяють будувати об'єкти швидко, економно та з гарантованою якістю. Наприклад, технологія «Каркас "Формат", що перемогла у конкурсі будівельних інновацій, надає можливість споруджувати промислові споруди за два-три місяці.

З'являються нові високоефективні будівельні, теплоізоляційні та покрівельні матеріали, енергозберігаюче скло. Реалізуються перші проекти промислового будівництва, в яких схема енергозабезпечення промислових об'єктів ґрунтується на принципі когенерації. Свіже дихання сучасності відчувається в інженерному оснащенні промислових споруд.

На практиці використання нових будівельних технологій часто виявляється економічно необгрунтованим, а сучасне інженерне та технологічне обладнання є занадто дорогим для експлуатації. Крім того, нове обладнання підключається до застарілих комунікаційних систем. Таке поєднання застарілих і сучасних технологій призводить до конфліктів окремих деталей всієї системи. Це неминуче, коли удосконалення технологічного циклу обмежується оновленням стандартних технологічних процесів: одне замінюється іншим. Масштаб

нововведень такий, що не дозволяє розраховувати на якесь вражаюче економічне вплив, пов’язаний з переходом до зовсім нових технологій.

Аналіз показує, що інноваційний рух стримується адміністративними бар’єрами і нормативами. Наприклад, в усьому світі використання напруга попередньо натягнутого бетону дозволяє зберігати конструктивний арматурний матеріал під час будівництва високих будівель. Однак чинні будівельні норми в нашій країні вимагають вкладати таку кількість конструктивного арматурного матеріалу, що втрачається вся економія. Введення нової технології стає невигідним.

З цього випливає, що для реального і при цьому суттєвого підвищення ефективності діяльності компанії ТОВ «Тріумф», інноваційні технології слід впроваджувати, по-перше, комплексно, по-друге, їх доцільно використовувати при наданні будівельних послуг за кордоном, передусім у країнах, таких як Туреччина, Грузія.

3.3 Оцінка ефективності здійснених заходів

Для закупівлі матеріалів буде необхідно додатково до базової суми приблизно 700 тис. грн.

Частину цих інвестицій реально виконати за рахунок прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства. Також можливе залучення краткострокового банківського кредиту.

Ці заходи дозволять збільшити розмір чистого прибутку приблизно на 100%, що дозволить погасити зобов’язання протягом року і збільшити обсяг власних коштів.

Після проведення вищезазначених заходів фінансові показники підприємства можуть мати наступні значення (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 - Фінансові показники підприємства після розширення переліку послуг

Показники	До ведення	Після розширення	Відхилення
Виручка	10342,4	20700,0	+10357,6

Собівартість послуг	8360,9	15923,0	+7562,1
Валовий прибуток	1981,5	4777,0	+2795,5
Комерційні витрати	954,3	1904,3	+950
Прибуток від продажу	1027,2	2872,7	+1845,5
Податок на прибуток	8,2	16	+8,2
Чистий прибуток	1019	2856,3	+1837,3

Керівництву будівельної організації можна рекомендувати проведення таких заходів:

На даний момент у підприємства є достатньо ресурсів для подальшого розширення господарської діяльності і відповідно отригрння додаткових власних коштів через збільшення чистого прибутку.

Необхідно вживати заходи зі зниження собівартості реалізованих товарів. Цього можна досягти також відкривши власну торгову точку з будівельних матеріалів, оскільки при збільшенні обсягу закупок у постачальників надаються додаткові знижки на оптові ціни.

Розширення переліку послуг дозволить розширити асортимент пропонованих послуг і збільшити прибуток. Завдяки зазначеним заходам також знизиться собівартість.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У результаті проведеного дослідження були зроблені висновки щодо можливостей подальшого вдосконалення зовнішньоекономічних зв’язків ТОВ «Тріумф».

В сучасних умовах підприємство є основним ланкою в зовнішньоекономічній діяльності. Для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства потрібна адекватна умовам його роботи структура управління, яка визначається передусім завданнями та цілями, які вона повинна вирішувати.

Функціональні відділи та служби організаційної структури управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства умовно можна розділити на три групи: групу відділів і служб, які займаються плануванням; групу відділів, які безпосередньо займаються маркетингом; групу відділів, які забезпечують прийняття та виконання управлінських рішень:

Відділ розвитку - вдосконалення організаційної структури підприємства;

Відділ кадрів - питання підбору і розстановки кадрів, ведення особових справ працівників;

Адміністративно-господарський відділ - постачання необхідними для роботи підприємства матеріалами та обладнанням, відповідальність за експлуатацію будівлі, інша господарська робота.

Юридичний відділ - надання допомоги у складанні умов контрактів та угод, консультації щодо претензій та рекламацій, розв’язання суперечок, захист інтересів підприємства в судах і арбітражах, правове забезпечення.

На підприємствах, які активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоторговельний апарат існує, в основному, у двох формах: як частина внутрішнього виробничого структури у вигляді відділу зовнішньоекономічних зв’язків та як відносно самостійний підрозділ у вигляді зовнішньоторговельної будівельної організації.

Зовнішньоекономічна діяльність будівельної організації включає такі основні напрями: виходження на зовнішній ринок; експортно-імпортні поставки товарів та послуг капіталу; валютно-фінансові та кредитні операції; створення та участь в діяльності спільних підприємств; міжнародний маркетинг; моніторинг національної економічної політики.

Ринкова стратегія будівельної організації передбачає порівняння всіх альтернативних варіантів у сфері зовнішньоекономічної діяльності та обґрунтування оптимального рішення.

Підприємство ТОВ «Тріумф» є найбільшою будівельною компанією в Україні. Середньорічна чисельність штатних працівників у досліджуваних роках становила від 7 до 10 тис. осіб, а кількість залучених працівників досягала від 15 до 22 тис. осіб. Штатні працівники отримують фіксовану заробітну плату, а у залучених працівників діє система оплати праці на основі виплат за зроблену роботу;

Обсяг доходів від реалізації послуг коливається від 2195,6 млн. грн у 2019 році до 4959,6 млн. грн у 2021 році. Відповідно до цього формується середньорічна вартість основних фондів.

Затрати на виробництво реалізованої продукції в досліджувані роки були різними: найвищі були у 2017 році і становили 5115 млн. грн, а найнижчі у 2018 році - 1883,6 млн. грн, що пояснюється скороченням обсягів виробництва і відповідно зниженням витрат.

Показники рентабельності підприємства знаходяться на дуже низькому рівні. Протягом досліджуваного періоду підприємство було неприбутковим. Наприклад, валова рентабельність реалізованої продукції у 2019 році становила -0,097%, з подальшим зниженням у 2019-2021 роках до -0,3% і -0,34%, що свідчить про неефективну виробничу діяльність підприємства.

У той же час аналіз діяльності ТОВ показує, що на підприємстві в даний момент є достатньо ресурсів для ефективного функціонування шляхом подальшого розширення господарської діяльності і, відповідно, отримання додаткових власних коштів за рахунок збільшення чистого прибутку. Це може

бути успішно реалізовано, передусім, шляхом розробки і впровадження програми вдосконалення його зовнішньоекономічної діяльності.

Основними напрямками вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності компанії ТОВ «Тріумф» є:

– розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Тріумф»;

– вдосконалення структури управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства;

– суттєве збільшення обсягу будівельних робіт підприємства ТОВ «Тріумф» за кордоном, а також частки будівництва в інших країнах у загальному обсязі будівництва підприємства;

– збільшення частки будівельних робіт в Грузії

– виходження на ринок будівельних робіт в ОАЕ.

– збільшення експорту будівельних матеріалів.

Впровадження зазначеної програми передбачає розробку моделі оптимізації зовнішньоекономічних зв’язків компанії, на основі якої є доцільним реалізувати комплекс заходів зі зниження собівартості реалізованих товарів і будівельних робіт за рахунок підвищення кваліфікації працівників компанії, технічної модернізації виробництва та виконання будівельних робіт, більш широкого впровадження інновацій у всій сфері діяльності компанії, включаючи застосування сучасних будівельних технологій і підвищення продуктивності праці.

Проведені розрахунки показують, що реалізація програми вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності компанії дозволить протягом перших двох років досягти позитивної рентабельності ТОВ «Тріумф», а в середньостроковому періоді (найближчі 3-4 роки) вийти на високий рівень рентабельності. При цьому розрахунковий додатковий прибуток від запропонованих заходів може складати кілька десятків мільйонів гривень щороку.

ПЕРЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Круш П.В., Овчаренко А.Ю. Теоретичні засади антикризового управління фінансово-економічною безпекою підприємства. *Сучасні проблеми економіки та підприємництво.* 2011. вип. 6. С. 129–135.

2. Череп А.В. Управління витратами підприємств харчової промисловості в ринкових умовах господарювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д.е.н.: спец. 08.00.04. «Економіка і управління підприємствами (харчова промисловість)» Київ, 2008. 39 с.

3. Мишко О.В. Фінансове планування як механізм управління грошовими потоками підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL : http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekono.mika&s=%3C/p%3E%3 Cp% 20id =&z=2613 (дата звернення: 02.11.2023).

4. Економічна енциклопедія: У 3-х томах. Т. 3 / Редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Академія, 2002. 952 с.

5. Гончаров С. М., Кушнір С.М. Тлумачний словник економіста /за ред. проф. С. М. Гончарова. Київ : ЦНЛ, 2009. 264 с.

6. Управління ресурсами підприємства : навч. посіб. / під ред. к.е.н. Воробйова Ю. М. і д.е.н. Холода Б. І. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 288 с.

7. Основи економічної теорії: підручник / за заг. ред. О. О. Мамалуя. Київ : Юрінком Інтер, 2003. 468 с.

8. Терещенко С. І. Ресурсний потенціал підприємства: функції та структура. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2012. Вип. 2(58). С. 191–196.

9. Довгаль Н. С. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні основи. *Науково-технічна інформація*. 2009. № 1. С. 42–45

10. Закаблук Г.О. Теоретичні аспекти соціально-економічного розвитку трудових ресурсів. *Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво*. 2014. №2. С.86-93.

11. Апаршина О.І. Методологічні підходи до трактування поняття «ресурсозбереження». *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Збірник наукових праць ПДТУ у трьох томах*. Маріуполь, 2011. Т. 1. С. 156-163

12. Пономаренко В.С. Стратегія управління підприємством. Харків: Основа, 1999. 620 с.

13. Вовк І. Класифікація ресурсів підприємства. Сучасні підходи. *Соціально-економічні проблеми і держава*.2011. Вип. 1 (4). С.1-9

14. Скибіцька Л. І. Організація праці менеджера : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2010. 360 с.

15. Панчишин С. Макроекономіка : навч. посібник. Київ, 2001.548 с.

16. Мочерний С. В.,Ларіна Я. С., Устинко О. А., Юрій С. І. Економічний енциклопедичний словник. Львів : Світ, 2006. 568 с.

17. Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2009. 688 с.

18. Комарницький І. Ф. Економічна теорія. Чернівці, 2006. 334 с.

19. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка / З.Ватаманюк, С.Панчишин, В.Буняк та ін.; за ред. З.Ватаманюка і С.Панчишина. Київ: Альтернативи, 2005. 608с.

20. Романчук К. В. Сутність та види економічних ресурсів: обліково-аналітичний вимір. URL : archive.nbuv.gov.ua/portal/soc...34/27.pdf (дата звернення: 02.11.2023).

21. Маркова С. В. Забезпеченість підприємства основними факторами виробництва в умовах формування інноваційної стратегії адаптації. *Вісник Хмельницького національного університету: науковий журнал. Економічні науки*. 2020. № 4. Т. 3 (284). С. 100–106

22. Білоусько Т.Ю. Зовнішній моніторинг організації в конкурентному середовищі. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 7. С. 55–64

23. Schwartz Peter. The art of the long view. N-Y: Doubleday, 1991. 564 p.

24. Берницька Д. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом pest/ step аналізу. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 11. Ч. 2. С.41-45

25. Даценко Г. В. Чинники зовнішнього та внутрішнього фінансового середовища підприємств безпосереднього і непрямого впливу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2010. № 6. С. 198-202

26. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада України. URL: https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 254% D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 02.11.2023).

27. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text (дата звернення: 02.11.2023).

28. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI/ Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text (дата звернення: 02.11.2023).

29. Цивільний кодекс України від 16.01.2003р. № 435-IV /Верховна Рада України. URL https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text (дата звернення: 02.02.2021 дата звернення: 02.11.2023).

30. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII/ Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text (дата звернення: 02.11.2023).

31. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України від 06.12.2018р.№ 2639-VIII / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text (дата звернення: 02.11.2023).

32. Маркова С. В. Економічні аспекти управління життєзабезпечення діяльності промислового підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: науковий журнал. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2020. Вип. 34. С. 219–223.

33. Маркова С. В. Дослідження чинників впливу на ефективність управління життєзабезпечення діяльності промислових підприємств. *Проблеми*

управління економічним потенціалом регіону: матеріали Всеукр. наук.-практ конф. (Запоріжжя, 05 листоп. 2019 р.). Запоріжжя: ЗНУ, 2019. С. 56–58.

34. Войтович Р. В. Логіка, методологія і методика наукових досліджень: навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2005. 116 с.

35. Колесніков Г.О. Менеджерський словник: навчально-довідкове видання/ Укладач Колесніков Г.О. Київ: ВД «Професіонал», 2007.288 с.