

УДК 338.2

DOI: 10.31732/2663-2209-2024-74-83-96

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зінаїда Живко¹, Світлана Рассадникова², Віктор Живко³, Анастасія Шегинська⁴

¹Доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та міжнародного бізнесу, Вищий навчальний заклад “Приватне акціонерне товариство, “Львівський інститут менеджменту”, м. Львів, Україна, e-mail: professor2007@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4045-669X>

²Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і міжнародних економічних відносин, Вищий навчальний заклад «Міжнародний гуманітарний університет», м. Одеса, Україна, e-mail: rassadnikovas@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8215-3649>

³Магістр економіки, ТОВ «Нова Лінія 1», начальник фінансово-аналітичного відділу, м. Львів, Україна, e-mail: victorzhyvko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0681-1688>

⁴Магістр комп'ютерних наук, магістр психології, молодший дослідник, Науковий центр інноваційних досліджень, Пюсси, Естонія, e-mail: astyvol@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5785-6730>

MAIN TASKS AND METHODS OF ANALYSIS OF THE EXTERNAL ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Zinaida Zhyvko¹, Svitlana Rassadnikova², Viktor Zhyvko³, Anastasia Shehynska⁴

¹Doctor of Science (Economics), Professor, Department of Management and International Business, Lviv Institute of Management, Lviv, Ukraine, e-mail: professor2007@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4045-669X>

²Ph.D. (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and International Economic Relations, Higher educational institution «International Humanitarian University», Odesa, Ukraine, e-mail: rassadnikovas@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8215-3649>

³Master of Economics, “Nova Liniya 1” LLC, Head of the financial and analytical department, Lviv, Ukraine, e-mail: victorzhyvko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0681-1688>

⁴Master of Computer Science, Master of Psychology, Junior Researcher, Scientific Center of Innovative Research, Pussi, Estonia, e-mail: astyvol@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5785-6730>

Анотація. В статті описано основні види зовнішньоекономічної діяльності, які реалізують суб'єкти на території України. Мета дослідження полягає в вивченні основних завдань та методів аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства. У процесі дослідження застосовувалися такі методи дослідження як аналіз та синтез, угруповання та порівняння, системний підхід, фінансово-економічний аналіз, емпіричне дослідження, експертні оцінки, аналіз наукової літератури. Досліджено зростаючу роль ефективного управління та організація функціонування зовнішньоекономічної діяльності. Вивчено основні напрямки та кроки для вдосконалення управління ЗЕД, фактори, що впливають на визначення форми організації зовнішньоекономічної діяльності. Автори описали основні етапи та аспекти аналізу зовнішньоекономічної діяльності, використовуючи SWOT-аналіз. Загальна оцінка виконання експортних контрактів виконується за вартісними показниками, через розрахунок коефіцієнта виконання експортних контрактів, що визначається за формулою. Автори запропонували розрахувати вплив факторів за методом ланцюгових підстановок або методом абсолютних різниць. Економічне обґрунтування зниження накладних витрат на ЗЕД у напрямку експорту продукції ТОВ «Н» до Німеччини. Рекомендовано регламент заходів впливу на дебітора при ситуаціях прострочення платежу за зовнішньоторговельним контрактом та розраховано економічно обґрунтовану систему знижок кожної категорії експортних угод. Визначено основні шляхи для підвищення ефективності ЗЕД.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД), платежі, експортні угоди, ефективність ЗЕД, прострочені платежі, накладні витрати, вартісні показники, контракти.

Формул: 0; **рис.:** 3, **табл.:** 5, **бібл.:** 8

Abstract. The article describes the main types of foreign economic activity carried out by entities on the territory of Ukraine. The purpose of the research is to study the main tasks and methods of analyzing the foreign economic activity of the enterprise. In the research process, such research methods as analysis and synthesis, grouping and comparison, systematic approach, financial and economic analysis, empirical research, expert evaluations, analysis of scientific literature were used. The growing role of effective management and the organization of the functioning of foreign economic activity has been studied. The main directions and steps for improving the management of foreign economic activity, the factors affecting the determination of the form of organization of foreign economic activity have been studied. The authors described the main stages and aspects of the analysis of foreign economic activity using SWOT analysis. The

overall evaluation of the performance of export contracts is carried out according to value indicators, through the calculation of the coefficient of performance of export contracts, which is determined by the formula. The authors proposed to calculate the influence of factors by the method of chain substitutions or the method of absolute differences. Economic substantiation of the reduction of overhead costs for foreign exchange in the direction of exporting products of LLC "N" to Germany. The regulation of measures to influence the debtor in situations of late payment under a foreign trade contract is recommended, and an economically justified system of discounts for each category of export agreements is calculated. The main ways to increase the effectiveness of the ED have been determined.

Keywords: foreign economic activity (FEA), payments, export agreements, effectiveness of FEA, overdue payments, overheads, cost indicators, contracts.

Formulas: 0; **fig.:** 3, **tabl.:** 5, **bibl.:** 8

Постановка проблеми. Тема є своєчасною і дуже важливою, особливо в умовах невизначеності економіки України в період війни. Визначено, що для суб'єктів макrorівня властиві наступні цілі, а саме: максимізація прибутку, поширення виробництва, розширення ринків збуту завдяки проникненню в господарську сферу зарубіжних країн, підвищення ефективності виробництва, подолання тарифних та нетарифних перешкод. Доведено, що під час оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності в основному використовуються дані оперативного та бухгалтерського обліку та звітності, а також інші внутрішні та зовнішні джерела інформації. Дані, що аналізуються, мають бути отримані в результаті точних арифметичних обчислень, взаємно узгодженими та достовірними показниками звітності та обліковими даними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) є важливим аспектом для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках. Це включає комплекс заходів, спрямованих на оптимізацію процесів, підвищення якості продукції та послуг, а також забезпечення відповідності сучасним вимогам та стандартам.

Вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) є темою багатьох досліджень та наукових праць. В Україні та світі цим питанням займалися як економісти, так і спеціалісти у сфері міжнародного бізнесу та менеджменту. Досліджували тематику ЗЕД відомі дослідники та їхні праці: 1) Майкл Портер "The Competitive Advantage of

Nations", він аналізує конкурентні переваги країн та підприємств на міжнародному ринку. Його теорія конкурентних переваг допомагає зрозуміти, як підприємства можуть вдосконалювати свою ЗЕД. 2) Філіп Котлер "Marketing Management" описує основи міжнародного маркетингу, які є критичними для вдосконалення управління ЗЕД. Його підходи до стратегічного планування та аналізу ринку корисні для підприємств, що виходять на міжнародні ринки. 3) Ігор Лук'яненко є автором ряду статей та монографій з міжнародної економіки та зовнішньоекономічної діяльності, в яких український економіст, який активно досліджує питання ЗЕД, економічної інтеграції та конкурентоспроможності національних економік. 4) Олександр Шаров "Міжнародна економіка", відомий український економіст, який досліджує різні аспекти міжнародної економіки, включаючи зовнішньоекономічну діяльність підприємств. 5) Пітер Дракер "Management: Tasks, Responsibilities, Practices", хоча праця Дракера більше зосереджена на загальному управлінні, його принципи та ідеї можуть бути адаптовані до управління ЗЕД.

Різні дослідники публікують свої праці в міжнародних та національних наукових журналах, таких як "Journal of International Business Studies", "Journal of World Business", "Міжнародна економічна політика" тощо. Багато молодих науковців та аспірантів обирають тему вдосконалення управління ЗЕД для своїх наукових робіт, де детально аналізують конкретні аспекти та пропонують шляхи покращення.

На міжнародних конференціях та семінарах, таких як "Міжнародний економічний форум" або конференції,

організовані університетами та дослідницькими інститутами, часто розглядають питання вдосконалення управління ЗЕД.

Практичні дослідження та звіти здійснюються консалтинговими компаніями, такими як McKinsey & Company, Boston Consulting Group (BCG) та Deloitte, регулярно публікують звіти та дослідження, що стосуються управління зовнішньоекономічною діяльністю. Національні та регіональні торгово-промислові палати часто проводять дослідження та публікують аналітичні матеріали щодо ЗЕД.

Вдосконалення управління ЗЕД є багатогранною темою, яка вимагає інтеграції знань з різних дисциплін, включаючи економіку, менеджмент, маркетинг та міжнародне право. Тому існує багато джерел, які можуть бути корисними для дослідження цієї теми.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає в вивченні основних завдань та методів аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У процесі виконання роботи застосовувалися такі методи дослідження як аналіз та синтез, угруповання та порівняння, системний підхід, фінансовоекономічний аналіз, емпіричне дослідження, експертні оцінки, аналіз наукової літератури. Інформаційною основою дослідження послугували наукові дослідження теоретичних основ управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства, оперативні дані відділів збуту та маркетингу, управлінська звітність підприємства. Практична значимість проведеного дослідження полягає в тому, що розроблені заходи щодо вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю досить обґрунтовані і можуть бути застосовні на практиці з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства та ефективності експортних операцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Види зовнішньоекономічної діяльності, які здійснюють суб'єкти на

території України: експортно-імпортні операції, надання суб'єктам ЗЕД України послуг зарубіжним організаціям; кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України; спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами; підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства в основному полягає в здійсненні імпортно-експортної діяльності, тому слід чітко визначити наступне [1, с. 78]: (1) експорт – вивіз товару або капіталу за кордон; (2) імпорт – завезення з-за кордону товару або капіталу на комерційній основі; (3) реекспорт – вивезення з країни імпортних товарів як у незмінному вигляді, так і після деякої обробки (сортування, очищення, перепакування тощо); (4) реімпорт – зворотне завезення з-за кордону вітчизняних товарів (непроданих, забракованих), що не піддавалися там переробці; (5) транзит – перевезення вантажів, вагонів, поїздів або пасажирів через проміжну станцію, дорогу, район між різними державами.

Таким чином, в сучасній економіці зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом господарювання економічних одиниць. В умовах постійного розвитку ринкових відносин потрібно враховувати ряд внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на фінансовий стан підприємства, зростає роль ефективного управління та організація функціонування зовнішньоекономічної діяльності.

Форма організації зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) визначає, яким чином підприємство чи організація здійснює свою діяльність на міжнародних ринках. Вибір конкретної форми залежить від багатьох факторів, включаючи характер продукції, масштаби операцій, правове середовище, економічні умови та стратегію підприємства. Основні форми організації ЗЕД: (1) експорт та імпорт; (2) ліцензування; (3) франчайзинг; (4) спільні підприємства (Joint Ventures); (5) прямі іноземні інвестиції (ПІІ); (6) контрактне виробництво; (7) міжнародна торгівля послугами; (8) міжнародні стратегічні альянси; (9) віртуальні підприємства.

Експорт та імпорт містять такі компоненти (1):

- Прямий експорт: Підприємство самостійно займається продажем своєї продукції на зовнішніх ринках, без посередників. Це вимагає наявності власної експортної команди або представництва за кордоном.

- Непрямий експорт: Використання послуг посередників (експортних агентів, дистриб'юторів, торгових компаній) для реалізації продукції на зовнішніх ринках. Це знижує ризики та витрати, але також зменшує контроль над процесом.

- Прямий імпорт: Підприємство самостійно купує товари чи сировину за кордоном без посередників.

- Непрямий імпорт: Використання посередників для закупівлі товарів чи сировини за кордоном.

Ліцензування (2) дозволяє підприємствам виходити на зовнішні ринки. Підприємство надає іноземному партнеру право використовувати свою

технологію, патенти, торговельні марки чи ноу-хау в обмін на роялті або інші форми компенсації. Це дозволяє швидко виходити на зовнішні ринки з мінімальними інвестиціями.

Основною із форм ЗЕД є франчайзинг (3). Підприємство (франчайзер) надає іноземному партнеру (франчайзі) право на ведення бізнесу під своєю торговельною маркою та з використанням свого бізнес-моделю в обмін на франчайзингові платежі. Це популярно в секторах роздрібною торгівлі та обслуговування.

Спільні підприємства (Joint Ventures) (4). Підприємство об'єднує зусилля з іноземним партнером для спільного ведення бізнесу. Це дозволяє поділити ризики, витрати та отримати доступ до місцевого ринку та ресурсів.

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) (5) полягають створення дочірніх компаній і купівлю іноземних підприємств. Підприємство відкриває власні виробничі або торговельні підрозділи за кордоном. Це забезпечує повний контроль над діяльністю, але вимагає значних інвестицій. Придбання вже існуючих іноземних підприємств для швидкого виходу на нові ринки.

Контрактне виробництво (6) характеризується виробничі контракти. Підприємство замовляє виготовлення своєї продукції іноземним виробникам, зберігаючи при цьому контроль над дизайном та якістю продукції. Це дозволяє знизити виробничі витрати та використовувати переваги міжнародного поділу праці.

Міжнародна торгівля послугами (7) включає експорт/імпорт послуг. Надання або отримання різноманітних послуг (консалтингових, інженерних, ІТ тощо) на міжнародному ринку. Це може включати аутсорсинг та офшоринг.

Міжнародні стратегічні альянси (8). Підприємства укладають угоди про співпрацю з іноземними партнерами для досягнення спільних цілей, таких як дослідження та розробки, маркетинг або спільне використання ресурсів.

Віртуальні підприємства (9) виражаються в онлайн-торгівлі. Використання електронних платформ для здійснення міжнародних торговельних операцій. Це дозволяє підприємствам працювати на глобальному ринку без необхідності фізичної присутності.

Вибір форми організації ЗЕД залежить від стратегії підприємства, його ресурсів та умов зовнішнього середовища. Кожна форма має свої переваги та недоліки, тому важливо ретельно оцінити всі фактори перед прийняттям рішення.

Основними напрямками та кроками для вдосконалення управління ЗЕД:

1. Аналіз поточної діяльності

- **Оцінка результатів ЗЕД:** Аналіз поточних показників експорту та імпорту, фінансових результатів, ринкової частки та конкурентоспроможності.

- **Виявлення проблем та слабких місць:** Ідентифікація основних проблем у ланцюзі постачань, логістиці, маркетингу, фінансових операціях та інших аспектах ЗЕД.

2. Розробка стратегії ЗЕД

- **Визначення стратегічних цілей:** Постановка чітких цілей для зовнішньоекономічної діяльності, таких як розширення ринків збуту, збільшення обсягів експорту, оптимізація витрат тощо.

- **Аналіз ринків:** Проведення маркетингових досліджень для виявлення перспективних ринків та оцінка конкурентного середовища.

3. Оптимізація організаційної структури

- **Створення спеціалізованих підрозділів:** Формування відділів або груп, відповідальних за різні аспекти ЗЕД, такі як маркетинг, логістика, фінанси та юридичні питання.

- **Вдосконалення комунікацій:** Забезпечення ефективної взаємодії між підрозділами та підвищення координації дій.

4. Підвищення кваліфікації персоналу

- **Навчання та розвиток:** Організація тренінгів, семінарів та курсів підвищення кваліфікації для працівників, залучених до

ЗЕД.

- **Мотивація персоналу:** Розробка системи мотивації та стимулювання для підвищення продуктивності та залученості працівників.

5. Вдосконалення логістичних процесів

- **Оптимізація ланцюгів постачань:** Впровадження сучасних методів управління ланцюгами постачань для зниження витрат та підвищення ефективності.

- **Автоматизація та цифровізація:** Використання інформаційних технологій для управління логістичними процесами, моніторингу та контролю.

6. Управління фінансовими ризиками

- **Хеджування валютних ризиків:** Використання фінансових інструментів для зменшення ризиків, пов'язаних з коливанням валютних курсів.

- **Оцінка та мінімізація ризиків:** Розробка стратегій для управління кредитними, митними та іншими фінансовими ризиками.

7. Юридичне забезпечення ЗЕД

- **Дотримання міжнародних стандартів та норм:** Вивчення та впровадження вимог міжнародних угод, стандартів якості та сертифікації.

- **Захист інтелектуальної власності:** Вжиття заходів для захисту патентів, торговельних марок та інших об'єктів інтелектуальної власності на міжнародних ринках.

8. Маркетингова стратегія

- **Адаптація продукції:** Модифікація товарів та послуг відповідно до вимог і вподобань різних ринків.

- **Просування та реклама:** Розробка та впровадження ефективних маркетингових кампаній, використання цифрових каналів для просування.

9. Інновації та технології

- **Впровадження нових технологій:** Використання сучасних технологій для підвищення ефективності виробництва, логістики та управління.

- **Інноваційні рішення:** Розробка нових продуктів та послуг для задоволення

потреб міжнародних ринків.

10. Моніторинг та контроль

• Система контролю якості:

Встановлення стандартів якості та систематичний контроль за їх дотриманням.

• **Аналіз результатів:** Постійний моніторинг результатів ЗЕД, оцінка ефективності впроваджених заходів та коригування стратегії за необхідності.

Вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю є безперервним процесом, що вимагає

адаптації до змін у зовнішньому середовищі, інноваційних підходів та постійного підвищення рівня компетенції персоналу.

Система організації ЗЕД є одним із факторів, які сприяють успішній діяльності і прибутковості підприємства при роботі на зовнішніх ринках, та здійснює вплив на підготовку і подальшу реалізацію зовнішньоекономічних операцій. Фактори, що впливають на визначення форми організації зовнішньоекономічної діяльності, наступні [2, с. 135] (рис.1).



Рис. 1. Фактори, що впливають на визначення форми організації ЗЕД

Джерело: складено авторами на основі джерела [8]

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) є важливим інструментом для оцінки ефективності міжнародної торгівлі та інвестицій підприємства чи країни. Він включає в себе вивчення різних аспектів діяльності, таких як експорт,

імпорт, міжнародні інвестиції, валютні операції та інші форми економічної взаємодії з зарубіжними партнерами.

Ось основні етапи та аспекти аналізу зовнішньоекономічної діяльності (рис. 2).

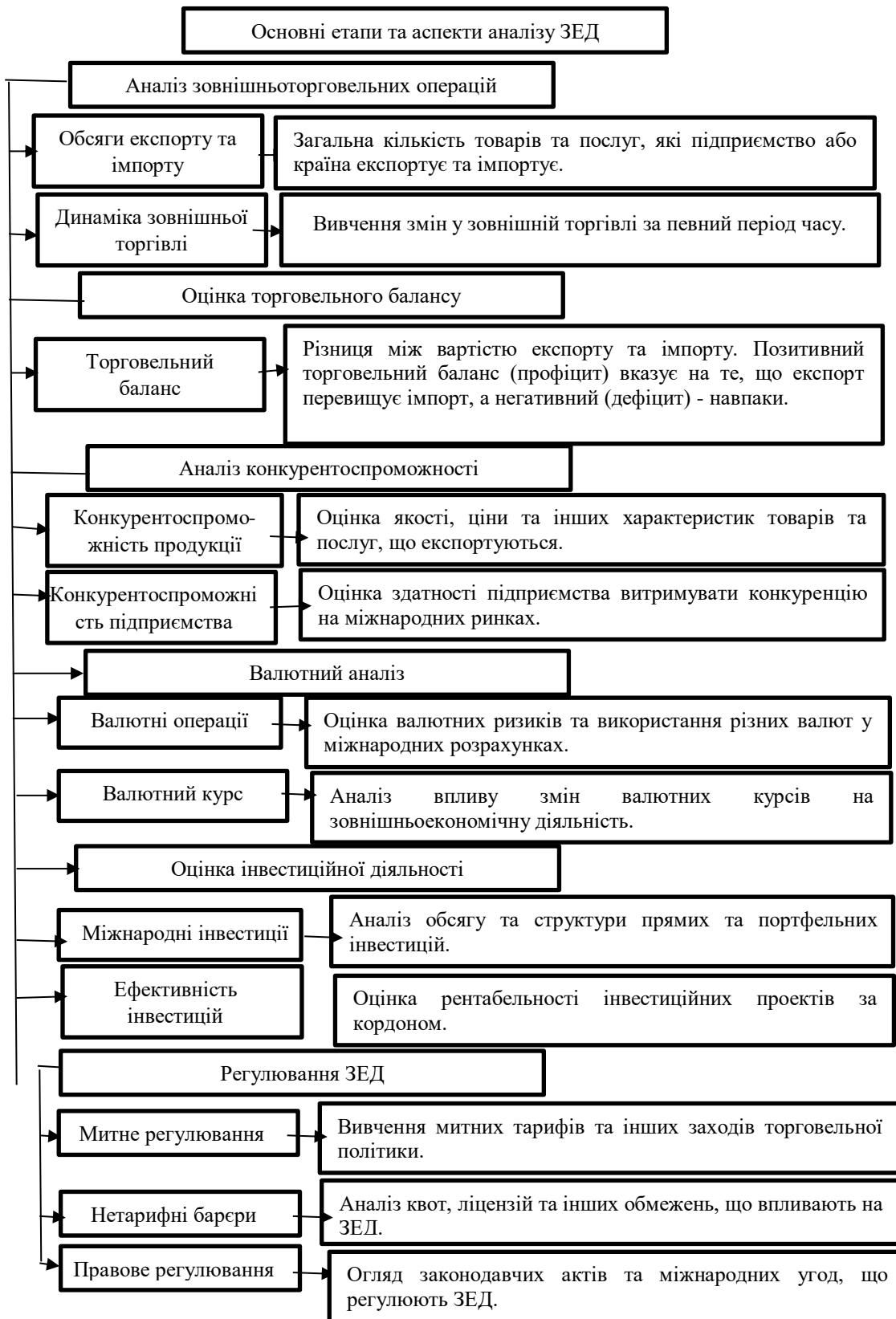


Рис. 2. Основні етапи аналізу ЗЕД

Джерело: розроблено автором

Аналіз зовнішньоторговельних операцій включає в себе оцінку обсягів, структури та динаміки експорту та імпорту, які подані на рис. 2.

Основні етапи та аспекти аналізу ЗЕД, крім поданих на рис.2 також містять SWOT-аналіз і прогнозування та стратегічне планування. SWOT-аналіз подано на рис. 3.

SWOT-аналіз	
Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Переваги підприємства або країни в ЗЕД	Недоліки та обмеження в зовнішньоекономічній діяльності.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Потенційні можливості для розширення та покращення ЗЕД.	Ризики та виклики, що можуть негативно вплинути на ЗЕД.

Рис. 3. SWOT-аналіз зовнішньо-економічної діяльності

Джерело: розроблено автором

Своєю чергою прогнозування зовнішньоекономічної діяльності та стратегічне планування містять такі характерні риси як визначення майбутніх тенденцій та перспектив розвитку ЗЕД та розробку стратегій і планів для покращення ефективності й конкурентоспроможності у ЗЕД.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності допомагає виявити сильні та слабкі сторони, оцінити ризики та можливості, а також розробити ефективні стратегії для успішної діяльності на міжнародних ринках.

Основними завданнями аналізу ЗЕД є [3, с. 186]:

- ✓ вивчення рівня та якості виконання підприємством зобов'язань за контрактами з іноземними партнерами;
- ✓ оцінка динаміки експортно-імпортних операцій підприємства за звітний та попередній періоди;

- ✓ оцінка раціональності використання коштів, залучених до виконання зобов'язань за контрактами (аналіз структури витрат, оцінка оборотності оборотних засобів за експортно-імпортними операціями та ін);
- оцінка фінансових результатів щодо ЗЕД;
- ✓ оцінка впливу результатів експортно-імпортних операцій на фінансове становище, платоспроможність та рентабельність підприємства.

Загальна оцінка виконання експортних контрактів виконується за вартісними показниками. З метою аналізу порівнюють показник експортної виручки звітного року з аналогічним показником, встановленим під час підписання договору. Розраховують коефіцієнт виконання експортних контрактів, що визначається за формулою (1) [4]:

$$\text{КВЕК} = \text{ВРЕфакт} / \text{ВРЕбаз} \quad (1)$$

де КВЕК – коефіцієнт виконання експортних контрактів; ВРЕфакт – прибуток після виконання експортних контрактів у звітному році, грн.; ВРЕбаз – прибуток за укладеними експортними контрактами у звітному році, грн.

Розрахунок коефіцієнта виконання експортних контрактів доцільно проводити як загалом за обсягом реалізованих товарів або послуг підприємства, по товарним групам та країнам експорту. Аналіз динаміки експорту виконується у два етапи, спочатку проводять розрахунок показників зростання експорту. На другому етапі визначають вплив чинників на динаміку

$$BPE = V \times Ц \times K \quad (2)$$

де BPE - експортна виручка, грн.; V - обсяг товарів за контрактами у натуральних одиницях; $Ц$ - вартість товару у країні експорту, іноземна валюта; K - курс НБ України до іноземної валюти, грн.

Вплив факторів можна розрахувати за методом ланцюгових підстановок або методом абсолютних різниць. Витрати підприємства – експортера продукції складаються з собівартості експортованої продукції і на витрати, пов'язані з реалізацією продукції. Зміна собівартості продукції і на реалізацію експортованої продукції надає безпосередній вплив на величину одержуваного прибутку. Підвищення цих витрат за інших рівних умов призводить до зниження прибутку, зниження (витрат) відповідно до його підвищення. Розмір сукупних витрат за виконання експортних контрактів складається з собівартості продукції і комерційних (накладних) витрат, пов'язаних з продажем експортної продукції. До складу накладних витрат на експорт входять витрати на тару, упаковку продукції, витрати на навантаження, розвантаження, перевезення, перевалки, зберігання продукції, транспортування продукції, страхування вантажу, митні збори та мита, витрати на комісійну винагороду посередникам. З метою дослідження динаміки та причин зміни накладних витрат проводиться їх аналіз за кожною статтею.

Відповідно до термінології ІНКОТЕРМС 2020 поставки продукції здійснюються на умовах DAP «DeliveredAtPoint» («Постачання в пункті» зазначена назва місця призначення). Це означає, що продавець виконав своє зобов'язання щодо постачання, коли він

експортної виручки. Експортну виручку розглядають у динаміці під впливом наступних факторів: фізичного обсягу експорту, цін на товари в країні експорту та курсу Національного банку України до іноземної валюти. Факторна модель експортної виручки може мати такий вигляд [4]:

надав покупцеві товар, випущений у митному режимі експорту та готовий до розвантаження з транспортного засобу. З метою мінімізації транспортних витрат планується скоротити кількість рейсів із доставки продукції та розрахувати витрати на зберігання готової продукції за кордоном (м. Гамбург, Німеччина). При цьому враховуватимемо, що термін зберігання обсмаженого насіння і горіхів, вироблених підприємством, розфасованих та упакованих у вакуумне пакування з поліпропіленової стрічки становлять від 6 до 12 міс. Це дозволить підтримувати якість продукції на високому (конкурентоспроможному) рівні.

Розрахунок можливої економії транспортних витрат з допомогою оренди складу на зберігання продукції там проведено у таблиці 1.

Таким чином, з метою зниження накладних (комерційних) витрат на експорт рекомендовано ТОВ «Н» орендувати склад для зберігання готової продукції на території торговельного представництва у м. Гамбурзі (Німеччина). Це дозволить знизити кількість рейсів з доставки продукції за рахунок збільшення завантаження автотранспортного засобу, дотримуватися умов зовнішньоторговельного контракту. Очікувана економія накладних витрат на експорт у частині витрат за транспортування продукції становить 138 тис. грн. або 6,20%.

Таблиця 1. Економічне обґрунтування зниження накладних витрат на ЗЕД у напрямку експорту продукції ТОВ «Н» до Німеччини

№ з/п	Показники	Варіанти доставки та продажу продукції	
		постачання у строки, зазначені у контрактах (just in time)	продажі з орендованого складу за кордоном
1	Витрати оренду складу на зберігання готової продукції, тис. грн.	-	144
	потрібна площа для зберігання партії товару, м2	-	40
	орендної плати, грн./мес.	-	300
	період оренди, міс.	-	12
2	Додаткове винагороду торговим представникам, тис. грн	-	60
2.1	кількість торгових представників, чол.	-	2
2.2	щомісячна надбавка до заробітної плати, грн.	-	2500
2.3	період виплат, міс	-	12
3	Транспортні витрати, тис. грн.	504	168
3.1	кількість рейсів з доставки продукції	12	4
3.2	кількість автотранспортних засобів	1	1
3.3	вартість однієї доставки (туди-назад)	42	42
4	Витрати митне оформлення, тис. грн.	9	3
4.1	кількість постачання продукції	12	4
4.2	збір за митне оформлення при електронному поданні декларації, грн.	750	750
5	Накладні (комерційні) експортні витрати, всього, тис. грн. (ряд.5.1 + ряд.5.2 + ряд.5.3), з них витрати, пов'язані з:	513	375
5.1	доставкою продукції	504	168
5.2	зберігання продукції	-	204
5.3	митним оформленням	9	3
6	Разом накладні (комерційні) експортні витрати, тис. грн.	2225	2087
7	Запланована економія накладних (комерційних) експортних витрат, %	-	6,20

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «Н»

Захід з контролю дебіторської заборгованості та формування гнучкої системи знижок щодо експортних поставок. У експортній діяльності підприємствам важливо не допускати збитків та незапланованих витрат, які можуть виникати, якщо недосконало проаналізовано фінансове становище покупця та його платоспроможність; мало відомостей про банки, з якими він працює; були прогалини у знанні експортно-імпортних правил країни тощо.

Як показали результати аналізу зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Н»

однією з проблем в управлінні ЗЕД підприємства є уповільнення оборотності дебіторської заборгованості з експортних операцій та погіршення її якості. Причиною цього є невиконання кредитної політики, дефіцит контролю (моніторингу) боргів, а також незастосування гнучкої системи цін та знижок. Орієнтуючись на норми українського законодавства, з метою контролю за погашенням дебіторської заборгованістю рекомендовано розробити. Регламент заходів впливу при настанні прострочення платежу, рекомендована форма якого представлена табл. 2.

Таблиця 2. Рекомендований регламент заходів впливу на дебітора при ситуаціях прострочення платежу за зовнішньоторговельним контрактом

Стан дебіторської заборгованості	Заходи	Виконавець
Критичний термін оплати не настав	Повідомлення про суму та розрахункові строки погашення дебіторської заборгованості	Відповідальний працівник відділу збуту
	За 2-3 дні до критичного терміну оплати – дзвінок із нагадуванням закінчення періоду відстрочення	
Пропущення терміну до 7 днів	При несплаті у строк – дзвінок із з'ясуванням причин, формування графіка платежів з реструктуризації	Менеджер відділу збуту
	Припинення постачання продукції (до оплати)	Керівник відділу збуту
	Надсилання примусового листа про нарахування штрафу	Фінансова служба
Пропущення терміну від 7 до 30 днів	Нарахування штрафу	Юрист
	Передарбітражне попередження	
	Щоденні дзвінки з нагадуванням	
	Переговори із відповідальними особами	
Пропущення терміну від 30 до 60 днів	Відрядження відповідального працівника, прийняття всіх можливих заходів щодо досудового регулювання	Відповідальний працівник відділу збуту
	Офіційна претензія (замовним листом)	Юрист
Пропущення терміну більше 60 днів	Подання позову до арбітражного суду	Юрист

Джерело: розроблено авторами

У разі згоди іноземного клієнта на реструктуризацію простроченої заборгованості рекомендується укладання з клієнтом додаткової угоди до

зовнішньоторговельного контракту, згідно з яким діятиме наступна система штрафів (ціна прострочення дебіторської заборгованості), подана у табл. 3.

Таблиця 3. Рекомендована система штрафів за прострочення платежу клієнтами за зовнішньоторговельним контрактом

Термін пропущення строку оплати ДЗ (місяць/ тиждень)	перший місяць				другий місяць			
	тижні				тижні			
		2	3	4	1	2	3	4
Ціна прострочення, % від суми дебіторської заборгованості	1,5	3	4,5	6	2	4	6	8

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «Н»

Пропоновані заходи сприятимуть попередженню виникнення простроченої дебіторської заборгованості, скорочення середнього часу прострочень та зменшення обсягу простроченої дебіторської заборгованості, утримання її розмірів у межах планово-нормативних значень.

Також, пропонується створити у ТОВ «Н» чітку економічно обґрунтовану систему знижок кожної категорії експортних угод. Обґрунтування розміру знижки проведено у таблиці 4 за наступним алгоритмом:

1) Виділяються цінові групи покупців продукції. Ціна замовлення за ціновими групами формується на підставі укладених зовнішньоторговельних контрактів за період з 31.08.2022 р. по 31.12.2023 р., тобто за півроку (за даними відділу збуту підприємства).

2) Залежно від цінової групи визначається собівартість партії постачання. Для цього верхній рівень цінової групи множиться на коефіцієнт собівартості з експортних поставок (0,919 у 2023 р.).

Отже, цінової групи 51 – 100 тис. собівартість замовлення дорівнюватиме 91,9 тис. грн. (100×0,919) тощо.

3) Визначається обсяг партії постачання, з умов укладених зовнішньоторговельних контрактів.

$$C_{\max} = (B_{\text{баз}} - S) / Q \times 100\% \quad (3)$$

де C_{\max} - максимальний розмір знижки, %; $B_{\text{баз}}$ - базова вартість, грн.; S - собівартість реалізованої продукції, грн.; Q - обсяг партії постачань, од.

Розраховано знижки (табл. 4), виходячи з умов постачання зовнішньоторговельних контрактів на друге півріччя 2023 р. За зміни умов поставки у кожному конкретному випадку необхідно проводити нові розрахунки

4) Розраховується максимально допустимий розмір знижки із ціни замовлення за формулою [5]:

(обґрунтовувати розмір знижки залежно від зміни обсягу та цін поставки). Економічний ефект від надання знижки виражатиметься у збільшенні грошового потоку у вигляді експортної виручки, який визначається за такою формулою (4) [5]:

$$I = (КМП - 1) \times (1 - (T / (1 + r))) + (1 + \pi) \times ((1 / (1 + R)) - (T / (1 + R))) \quad (4)$$

де $КМП$ – коефіцієнт маржинального прибутку; T – ставка податку на прибуток; r – необхідна прибутковість між датою відвантаження та датою сплати податку на прибуток; π – ймовірність неплатежу покупцем; R – необхідна прибутковість (рентабельність продажів).

Таблиця 4. Обґрунтування розміру знижки в залежності від ціни та обсягу партії постачання продукції ТОВ «Н» на експорт

Ціна замовлення за ціновими групами, тис. грн.	Собівартість партії замовлення, тис. грн	Обсяг партії замовлення, тис. умовних одиниць	Максимальна знижка, %
до 50	45,9	82	5,0
51-100	91,9	150	5,4
101-150	137,9	175	6,9
151-200 тощо	183,8	191	8,5

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності ТОВ «Н»

Розрахуємо ефект від запропонованої рекомендації, виходячи з умов:

- коефіцієнт маржинального (валового) прибутку з експорту до експортного виручки у 2023 р. – 0,258;
- рентабельність продажів із експорту за 2023 р. – 0,0807;
- ставка прибуток – 0,2;
- обсяг партії замовлення продукції зі знижкою (план – 30 % від обсягу

продажу на експорт 2023 р.) – 140 тис. ум. од.;

- середня вартість замовлення (дані відділу збуту) – 34,38 тис. грн.;
- ймовірність неплатежі клієнтів (виходячи з практики) – 0,15.

Відповідно до вихідних даних за формулою (1.4) прогнозоване відносне збільшення грошового потоку (експортної виручки) ТОВ «Н» становитиме:

$$I = (0,258 - 1) \times (1 - (0,2 / (1 + 0,0807))) + (1 + 0,15) \times ((1 / (1 + 0,0807)) - (0,2 / (1 + 0,0807))) = 0,15.$$

Абсолютне збільшення експортної виручки становитиме:

$$\Delta B = 140 \text{ тис. ум. од.} \times 34,38 \text{ тис. грн.} \times 0,15 = 722 \text{ тис. грн.}$$

Абсолютне збільшення собівартості продажів на експорт становитиме:

$$\Delta BM = 722 \times (1 - 0,258) = 536 \text{ тис. грн.}$$

Прогнозоване збільшення накладних витрат з експорту розраховане як частка даних витрат в експортному виторгу в 2023

р. (0,1770), помножена на плановане збільшення експортного виторгу, тобто.

$$722 \times 0,1770 = 128 \text{ тис. грн.}$$

За рахунок планованого збільшення партії поставок очікується зниження накладних витрат на 5%, тобто до 122 тис. грн. (оцінка працівників відділу збуту).

Економічний результат від рекомендаційного заходу на ТОВ «Н» представлений у таблиці 5.

Таблиця 5. Економічний результат ТОВ «Н» від надання знижок при експортному постачанні в залежності від ціни замовлення та обсягу партії

Умови	Експортна виручка	Собівартість експортованої продукції	Накладні витрати по експорту	Прибуток від експортних операцій
До впровадження рекомендації, тис. грн.	12573	9333	2225	1015
Після впровадження рекомендації (прогноз), тис. грн.	13295	9869	2347	1079
Абсолютні відхилення, тис. грн.	722	536	122	64
Темпи приросту, %	5,74	5,74	5,48	6,31

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «Н»

Таким чином, розрахунки показують, що надання знижок за обсяг партії замовлення (у вартісному вираженні) вигідне для ТОВ «Н». Прогнозується збільшення експортної виручки на 722 тис. грн. або на 5,74% та прибутку на 6,31%. Це стає можливо за рахунок стимулювання покупців до збільшення партії закупівель. Для підприємства це може обернутись збільшенням обсягів постачання і, як наслідок, зниженням накладних витрат (наприклад, у частині транспортних витрат). Як було зазначено раніше, економічне обґрунтування знижки має проводитись у кожному конкретному випадку окремо.

Заходи щодо збільшення обсягів експорту за рахунок участі у міжнародній виставці снекової продукції [16, 17, 18]. Ринок збуту обмежений кількістю осіб, зацікавлених у продукції підприємства, а також їх купівельною спроможністю.

Однак кількість зацікавлених людей і рівень їхньої купівельної спроможності зростають, якщо розглядати це питання в міжнародному масштабі, а не в рамках внутрішнього ринку, тобто вищий рівень збуту означає більш високий рівень прибутку.

Ключові шляхи для підвищення ефективності ЗЕД:

Інновації та технологічні впровадження: (1) Використання новітніх технологій для автоматизації виробництва та управління процесами. (2) Інвестування в дослідження та розвиток для створення нових продуктів або покращення існуючих.

Маркетингові стратегії: (1) Адаптація маркетингових стратегій до особливостей кожного ринку. (2) Використання цифрового маркетингу, включаючи соціальні мережі та контекстну рекламу, для залучення міжнародних клієнтів.

Навчання та розвиток персоналу: (1) Підвищення кваліфікації працівників через тренінги та курси з міжнародного бізнесу, логістики, фінансів та управління ризиками. (2) Пошук і залучення спеціалістів з досвідом роботи на міжнародних ринках.

Правова підтримка та консалтинг: (1) Співпраця з юристами, які спеціалізуються на міжнародному праві, для забезпечення відповідності правовим нормам різних країн. (2) Залучення консалтингових компаній для розробки стратегій виходу на нові ринки та оптимізації існуючих процесів.

Висновки. За результатами проведеного дослідження доцільно зробити наступні висновки:

1. Досліджено зростаюча роль ефективного управління та організація функціонування зовнішньоекономічної діяльності.
2. Вивчено основні напрямки та кроки для вдосконалення управління ЗЕД, фактори, що впливають на визначення форми

Література:

1. Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник. К.: ЦНЛ, 2004. 580 с.
2. Мазаракі А.А., Мельник Т.М., Іксарова Н.О. Зовнішня торгівля України: XXI століття: монографія. К.: Київ, 2016. 600 с.
3. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами. Державна служба статистики України. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Новак В.О., Мостенська Т.Л., Гуріна Г.С., Ільченко О.В. Зовнішньоекономічна діяльність: підручник. К.: Кондор, 2012, 552 с.
5. Мельник Л.Г. Економіка та інформація: Економіка інформації та інформаційна в економіці:

організації зовнішньоекономічної діяльності. Автори описали основні етапи та аспекти аналізу зовнішньоекономічної діяльності, використовуючи SWOT-аналіз. Загальна оцінка виконання експортних контрактів виконується за вартісними показниками, через розрахунок коефіцієнта виконання експортних контрактів, що визначається за формулою.

3. Запропоновано розрахувати вплив факторів за методом ланцюгових підстановок або методом абсолютних різниць. Економічне обґрунтування зниження накладних витрат на ЗЕД у напрямку експорту продукції ТОВ «Н» до Німеччини.

4. Запропоновано регламент заходів впливу на дебітора при ситуаціях прострочення платежу за зовнішньоторговельним контрактом та розраховано економічно обґрунтовану систему знижок кожної категорії експортних угод. Визначено основні шляхи для підвищення ефективності ЗЕД.

енциклопедичний словник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2015. 384 с.

6. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами за видами. Державна служба статистики України. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами за країнами світу. Державна служба статистики України. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Дідківській М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. К.: Знання, 2006. 462 с.