

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

*«Розвиток механізму зовнішньоекономічної
адаптації підприємств машинобудівної галузі
України до умов євроінтеграційних
процесів»*

Виконав: здобувач II курсу, групи МЕВкр-19ВМ

ОПП з міжнародних економічних відносин
Спеціальності 292 Міжнародні економічні
відносини

(шифр і назва)

Дідківська Ю.А.

(прізвище, ініціали)

Керівник: Сокурєнко П. І. к.е.н., доцент

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання)

Дніпро
2021

УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Освітній ступінь МАГІСТРА

ООП з міжнародних економічних відносин

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Затверджую:

Зав. кафедри _____

« ____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Дідківській Юлії Анатоліївні

(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи «Розвиток механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств машинобудівної галузі України до умов євроінтеграційних процесів»

2. Керівник роботи: Сокурєнко Петро Іванович к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом від « ____ » _____ 20__ р., № _____

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи _____

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: нормативно-правові акти, фінансові звітності, статистичні дані, матеріали офіційного сайту підприємства.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

1.1. Сутність адаптаційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

1.2. Планування та розробка політики зовнішньоекономічної адаптації під впливом євроінтеграційних процесів

1.3. Проблеми адаптації українських машинобудівних підприємств до умов євроінтеграційного процесу

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «АвтоКрАЗ»

2.1. Техніко-економічні показники діяльності підприємства

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК МЕХАНІЗМУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ПАТ «АвтоКрАЗ» ДО УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

3.1. Оцінка механізму зовнішньоекономічної адаптації на підприємстві

3.2. Вдосконалення механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства до євроінтеграційних умов

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата			
		Завдання видав		Завдання прийняв	
Розділ 1	Сокурєнко П.І., к.е.н., доцент				
Розділ 2	Сокурєнко П.І., к.е.н., доцент				
Розділ 3	Сокурєнко П.І., к.е.н., доцент				

7. Дата видачі завдання _____

8. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Закріплення керівника кваліфікаційної роботи		
2.	Вибір та обговорення теми кваліфікаційної роботи		
3.	Остаточне затвердження теми кваліфікаційної роботи		
4.	Одержання завдання на кваліфікаційну роботу у наукового керівника		
5.	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел		
6.	Виконання першого розділу		
7.	Збір матеріалів на підприємстві		
8.	Виконання другого розділу		
9.	Виконання третього розділу		
10.	Оформлення висновків і рекомендацій		
11.	Оформлення роботи, одержання відзиву		
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи		
13.	Захист кваліфікаційної роботи		

Здобувач

_____ Дідківська Ю.А.
підпис

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ Сокурєнко П.І.
підпис

АНОТАЦІЯ

Дідківська Ю.А. Розвиток механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств машинобудівної галузі України до умов євроінтеграційних процесів

У кваліфікаційній роботі обґрунтовано актуальність та практична цінність обраної теми, поставлені мета і завдання дослідження, зазначено методи предмет й об'єкт дослідження.

У роботі висвітлено: сутність адаптаційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства; планування та розробка політики зовнішньоекономічної адаптації під впливом євроінтеграційних процесів; проблеми адаптації українських машинобудівних підприємств до умов євроінтеграційного процесу. Проведена оцінка господарської діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ» та оцінка механізму зовнішньоекономічної адаптації на даному підприємстві та запропоновано механізм зовнішньоекономічної адаптації підприємства до євроінтеграційних умов.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства зовнішньоторговельні операції, ефективність, експорт, механізм, євроінтеграційний процес, адаптація.

SUMMARY

Didkivska Y. Development of the mechanism of foreign economic adaptation of the enterprises of machine-building branch of Ukraine to conditions of European integration processes

The relevance and practical value of the chosen topic is substantiated in the qualification paper, the purpose and tasks of research are set, the methods of subject and object of research are indicated.

The qualification paper highlights: the essence of adaptation processes in the foreign economic activity of the enterprise; planning and development of foreign economic adaptation policy under the influence of European integration processes; problems of adaptation of Ukrainian machine-building enterprises to the conditions of the European integration process. The evaluation of the economic activity of PJSC "AvtoKrAZ" is conducted and evaluation mechanism of foreign adapt to the enterprise, the mechanism of foreign enterprises adapt to the conditions of European integration is proposed.

Keywords: foreign economic activity of the enterprise, foreign trade operations, efficiency, export, mechanism, European integration process, adaptation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ.....	9
1.1. Сутність адаптаційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	9
1.2. Планування та розробка політики зовнішньоекономічної адаптації під впливом євроінтеграційних процесів.....	13
1.3. Проблеми адаптації українських машинобудівних підприємств до умов євроінтеграційного процесу.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «АвтоКрАЗ»...	26
2.1. Техніко-економічні показники діяльності підприємства.....	26
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства.....	35
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК МЕХАНІЗМУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ПАТ «АвтоКрАЗ» ДО УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	45
3.1. Оцінка механізму зовнішньоекономічної адаптації на підприємстві.....	45
3.2. Вдосконалення механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства до євроінтеграційних умов	54
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Актуальність теми. Зміни у зовнішньому середовищі є вагомим інструментом, який впливає на зовнішньоекономічну діяльність підприємства. На сьогоднішній день є досить важливим питання впровадження адаптаційних процесів на підприємстві для його нормального функціонування та реагування на зміни, які відбуваються. Саме тому адаптаційні процеси займають важливе місце у розробці планів зовнішньоекономічної діяльності. Крім того адаптаційні процеси є важливим елементом розвитку підприємства, та покращення його конкурентоздатності. Адже при виході на нові ринки підприємство отримує й нових конкурентів.

На сьогоднішній день поняття «адаптація» є досить невизначеним терміном. На це впливає недостатній досвід виходу на нові ринки збуту вітчизняних підприємств.

Проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств у своїх працях досліджували такі зарубіжні вчені Андерсен О., Баклі П., Відершайм-Паул Ф., Вернон Р., Даннінг Дж., : Йохансон Дж., Кассон М., Хаймер С., та інші. Розробкою теоретико-методичних основ та практичних аспектів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств займалися багато вітчизняних вчених таких як: Багрова І.В., Дідковський Козак Ю.В., Макогон Ю.Г., М.І., Шкурупій О.В.. Питання щодо переваг поглиблення євроінтеграційних процесів також було присвячені праці наступних вчених: Войнаренко М.П., Жаліло Я.А., Кириченко О.М., Кендюхов О.В., Ковбатьок М.В., Михайлов А.М., Нижник В.М., Осадча А.Ю., Орлов О.О., Павлова К.В., Румянцев А.П., Чорна Л.О.

Мета та завдання кваліфікаційної роботи. Метою дослідження є розкриття сутності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств, розробка методичних підходів до побудови механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням специфіки машинобудівних підприємств.

Для досягнення зазначеної мети в роботі поставлено та вирішено такі завдання:

- дослідити основні теоретико-методичні засади адаптації підприємств при виході на зовнішні ринки;
- визначити сутність та значення адаптаційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності промислового підприємства;
- розглянути сутність планування та розробки політики зовнішньоекономічної адаптації підприємства під впливом євроінтеграційних процесів;
- провести аналіз господарської діяльності підприємства. Дослідити його техніко-економічні показники діяльності та визначити фінансовий стан підприємства;
- провести оцінку зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «АвтоКрАЗ»;
- висунути пропозиції щодо вдосконалення механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств до євроінтеграційних умов.

Об'єктом дослідження є механізм зовнішньоекономічної адаптації машинобудівного підприємства до умов євроінтеграційних процесів.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти розробки та впровадження механізму зовнішньоекономічної адаптації машинобудівного підприємства до умов євроінтеграційних процесів.

Наукова новизна розроблені пропозиції щодо побудови та реалізації механізму зовнішньоекономічної адаптації машинобудівного підприємства до умов євроінтеграційних процесів.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи виступили законодавчі та нормативні акти України, монографічні дослідження, періодична економічна література, навчальні посібники, матеріали науково-практичних конференцій, статистичні та аналітичні матеріали державних статистичних органів України, узагальненні результати, які були отримані під час проходження практики.

Методи дослідження. Для вирішення завдань, поставлених у дипломній роботі, було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, що дало змогу системно розв'язати проблему оцінки економічних результатів діяльності підприємств з урахуванням ступеня кризи їх фінансового стану.

Зокрема в роботі використано такі методи дослідження: узагальнення та порівняння – для встановлення подібності й відмінностей результатів досліджень інших авторів при оцінюванні та вимірюванні ними економічного результату діяльності підприємства й уточнення його дефініції; економіко-математичного моделювання – при розробці методики визначення величини зміни фінансового стану підприємства; статистичного та кореляційного аналізу – при встановленні залежності між величинами прибутку та зміни фінансового стану підприємств; графічний – для унаочнення та узагальнення представленої інформації.

Науково-практична новизна. Запропоновано авторське уточнення визначення поняття «адаптація» та «адаптаційні процеси». Практичне значення одержаних результатів. Дослідження полягає в тому, що запропонований механізм зовнішньоекономічної адаптації підприємства до євроінтеграційних умов. дасть змогу врахувати усі необхідні умови, такі як: якість, економічна обґрунтованість, кон'юнктура на зовнішньому ринку, стан машинобудівного підприємства, його можливості, та загрози.

Апробація результатів дослідження. Апробація результатів дослідження. Основні положення роботи пройшли апробацію на XXI Міжнародній науково-практичній конференції студентів і молодих вчених «Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки» (Дніпро 30 листопада 2020р.)

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 70 стор. Робота включає 6 таблиць, 21 рисунок, 4 формули. Список використаних джерел містить 39 найменувань.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

1.1. Сутність адаптаційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

Зміни у зовнішньому середовищі є вагомим інструментом, який впливає на зовнішньоекономічну діяльність підприємства. На сьогоднішній день є досить важливим питання впровадження адаптаційних процесів на підприємстві для його нормального функціонування та реагування на зміни, які відбуваються. Саме тому адаптаційні процеси займають важливе місце у розробці планів зовнішньоекономічної діяльності. Крім того адаптаційні процеси є важливим елементом розвитку підприємства, та покращення його конкурентоздатності. Адже при виході на нові ринки підприємство отримує й нових конкурентів.

На сьогоднішній день поняття «адаптація» є досить невизначеним терміном. На це впливає недостатній досвід виходу на нові ринки збуту вітчизняних підприємств. Загальне визначення можна сформулювати так: адаптація – це одна з форма, яка відображає вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство, та дозволяє встановлювати рівновагу між цим впливом.

Доречно виділити основні ознаки, які характеризують термін «адаптація» більш точно:

- 1) адаптація – це процес, який має на меті забезпечення сталого розвитку підприємства, та захищає систему підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища;
- 2) адаптаційні процеси також проявляються по відношенню до внутрішніх та зовнішніх впливів;

3) адаптаційні процеси є тенденцією, яка характеризує встановлення взаємозв'язок системи, яка функціонує на підприємстві, та внутрішнім і зовнішнім середовищем.

Можна виділити, що існують декілька підходів до тлумачення терміну «адаптація», які наведені у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення терміну «адаптація підприємств»

Автор	Визначення
Є.В. Чиженкова	- процес пристосування їх параметрів до невизначених умов зовнішнього середовища, який забезпечує підвищення ефективності їх функціонування на протязі усього життєвого циклу [35].
Г.В. Козаченко	- процес цілеспрямованої зміни параметрів, структури і властивостей будь-якого об'єкта у відповідь на зміни, що відбуваються як у зовнішньому середовищі діяльності об'єкта, так і у середині нього [13].
Ж. Крисько	- це здатність своєчасно проводити адекватні зміни для корекції діяльності підприємства у відповідності до вимог зовнішнього середовища [14].
С.Б. Алексєєв	- це процес розробки і реалізації дій, спрямованих на зміни внутрішнього середовища підприємства згідно з вимогами зовнішнього середовища [3].
П. М. Куліков	- процес пристосування до мінливості умов середовища; це процес, який супроводжує весь його життєвий цикл, а адаптаційні заходи мають цілеспрямований стратегічний характер, а значить, їх слід розглядати як елементи стратегічного управління підприємством [15].
Н. В. Білошкурська	Адаптація підприємств – процес пристосування підприємства та його діяльності до зовнішнього середовища, а також ефективного використання його виробничого потенціалу [5].

Доречно виділити, що на адаптаційні процеси підприємства мають вплив як внутрішні, так і зовнішні фактори.

До внутрішніх факторів належать:

- особливості корпоративного менеджменту;
- виробничий потенціал та потужності;
- гнучкість структур підприємства.

У свою чергу до зовнішніх факторів входять:

- політична та соціальна ситуація країни, в якій працює суб'єкт;
- кон'юнктура ринку;
- технологічний розвиток.

Адаптаційні процеси мають свої принципи:

- системність та комплексність (має на меті, що процесі мають системний характер, та комплексний вплив на розвиток підприємства);
- результативність та гнучкість (адаптація повинна бути дієвою, адже підприємство не зможе давати результати, який від нього вимагають. У свою чергу гнучкість передбачає варіативність процесів, для вибору більш дієвих);
- орієнтованість на досягнення поставлених цілей;
- ієрархічність та сталий розвиток (адаптаційні стратегії мають постійно удосконалюватися, та мати своє місце у загальній стратегії розвитку підприємства);
- принцип основної ланки (за необхідністю адаптаційні процеси необхідно забезпечувати максимальною кількістю ресурсів для досягнення поставлених завдань).

Отже, адаптаційні процеси мають чіткі принципи, які визначають подальший їх розвиток. За допомогою цих принципів підприємство може впроваджувати та реалізовувати адаптаційний механізм впродовж коротких строків та без негативних наслідків. Доречно виділити основні функції, які виконують адаптаційні процеси [33]:

- описово-аналітична;
- практично-дієва;
- стабілізаційна;
- оптимізаційна;
- прогнозна;
- часова.

За допомогою цих функцій адаптаційні процеси дозволяють провести необхідні заходи на підприємстві, що дозволять мінімізувати негативні наслідки та оптимізувати зовнішньоекономічну діяльність.

Спираючись на дослідження Мельник А.О. можна побачити, що даний вчений виділив наступні види адаптації підприємства: статичну та динамічну, групову та індивідуальну; постійну, періодичну та тимчасову;

кількісну, якісну та модуляційну, комплексну та конкретну, спрямовану на розвиток та спрямовану на виживання адаптації [19].

Статична адаптація – це адаптація, яка базується на раніше впроваджених адаптаційних заходів, та за допомогою цього має вплив на формування адаптаційного потенціалу підприємства. У свою чергу динамічна адаптація має на меті постійну взаємодію підприємства з чинниками зовнішнього середовища, та спрямовується на процес пристосування до цих чинників. Динамічна адаптація має важливу функцію: створення та формування інструментів, які дозволяють пристосуватися підприємству до змін у зовнішньому середовищі.

Індивідуальна адаптація має на меті інтеграцію організаційної системи підприємства. Тобто при такому виді адаптації підприємство самотужки пристосовується до змін. У свою чергу групова адаптація є результатом впровадження у групи підприємств, які мають на меті об'єднання для пристосування до змін.

Тимчасова адаптація – це адаптація, яка використовується лише у випадках гострої потреби, та зупиняється при досягненні необхідних результатів. Постійна адаптація передбачає безперервне використання заходів, для стабільної роботи підприємства. Проте, у більшості випадків підприємства використовують тимчасову стратегію для стабілізації процесів, а в подальшому спираються лише на визначену підприємством стратегію.

Кількісна адаптація супроводжується зміною кількості засобів адаптації, які спрямовані на пристосування підприємства до умов зовнішнього середовища. Якісна адаптація містить у собі орієнтованість на використання новітніх засобів, які сприяють на процес пристосування підприємства. Останній вид, модуляційна адаптація, передбачає зміну вже існуючих на підприємстві засобів та інструментів, які формують адаптаційні процеси.

Отже, можна зробити висновок, що адаптаційні процеси мають велике значення у житті промислових підприємств. Це є підґрунтям для виходу

підприємства на нові ринки та впровадження нових технологій та засобів виробництва. Вони мають свої функції, принципи та види, які у свою чергу допомагають формувати необхідну базу для подальшого розвитку підприємства.

1.2. Планування та розробка політики зовнішньоекономічної адаптації під впливом євроінтеграційних процесів

На сьогоднішній день українські промислові підприємства знаходяться у фазі налагодження зовнішньоекономічної діяльності. Це викликано у першу чергу відкриттям нових ринків збуту, завдяки євроінтеграційним процесам, які відбуваються у суспільстві. Тому постає важлива місія для кожного експорторієнтованого підприємства: планування та розробка політики зовнішньоекономічної адаптації. Це є невід’ємною складовою для будь-якого підприємства. Умови, які обумовлюють розробку адаптаційної політики до зовнішньоекономічних умов [25]:

1. Вихід на нові ринки збуту.
2. Технологічний розвиток, який змушує підприємство впроваджувати новітні технології та підвищувати якість продукції, що виробляється. Підвищення конкурентоздатності в цілому.
3. Збереження наявних позицій на внутрішньому ринку.
4. Інтеграція та відповідність макроекономічній ситуації в країні.

Отже, для того, щоб визначити, що таке політика зовнішньоекономічної адаптації підприємства, необхідно проаналізувати вищезазначені трактування терміну «адаптація підприємства» (табл. 1.1). Таким чином, можна зробити висновок, що політика зовнішньоекономічної адаптації – це політика, яка являє собою набір інструментів та заходів, які спрямовані на реалізацію пристосування підприємства до відповідних умов, з метою збереження або посилення позицій як на внутрішньому, так й на зовнішньому ринках.

Політика зовнішньоекономічної адаптації підприємства за умов поглиблення євроінтеграційних процесів має на меті наступні завдання:

1. Використання усіх можливостей, які пов'язані з євроінтеграційним процесом.
2. Мінімізація ризиків, які впливають на підприємство опосередковано через євроінтеграційні процеси.

Таким чином, необхідність розробки політики зовнішньоекономічної адаптації підприємства, можна спостерігати на рис. 1.1.



Рис. 1.1 Необхідність розробки політики зовнішньоекономічної адаптації під впливом позитивних та негативних факторів [розроблено автором на основі 32]

Тому необхідно врахувати усі ризики та переваги даного кроку, врахувати усі ризики та переваги даного кроку.

Алгоритм формування політики адаптації зовнішньоекономічної діяльності для машинобудівних підприємств, можна побачити на рис. 1.2.

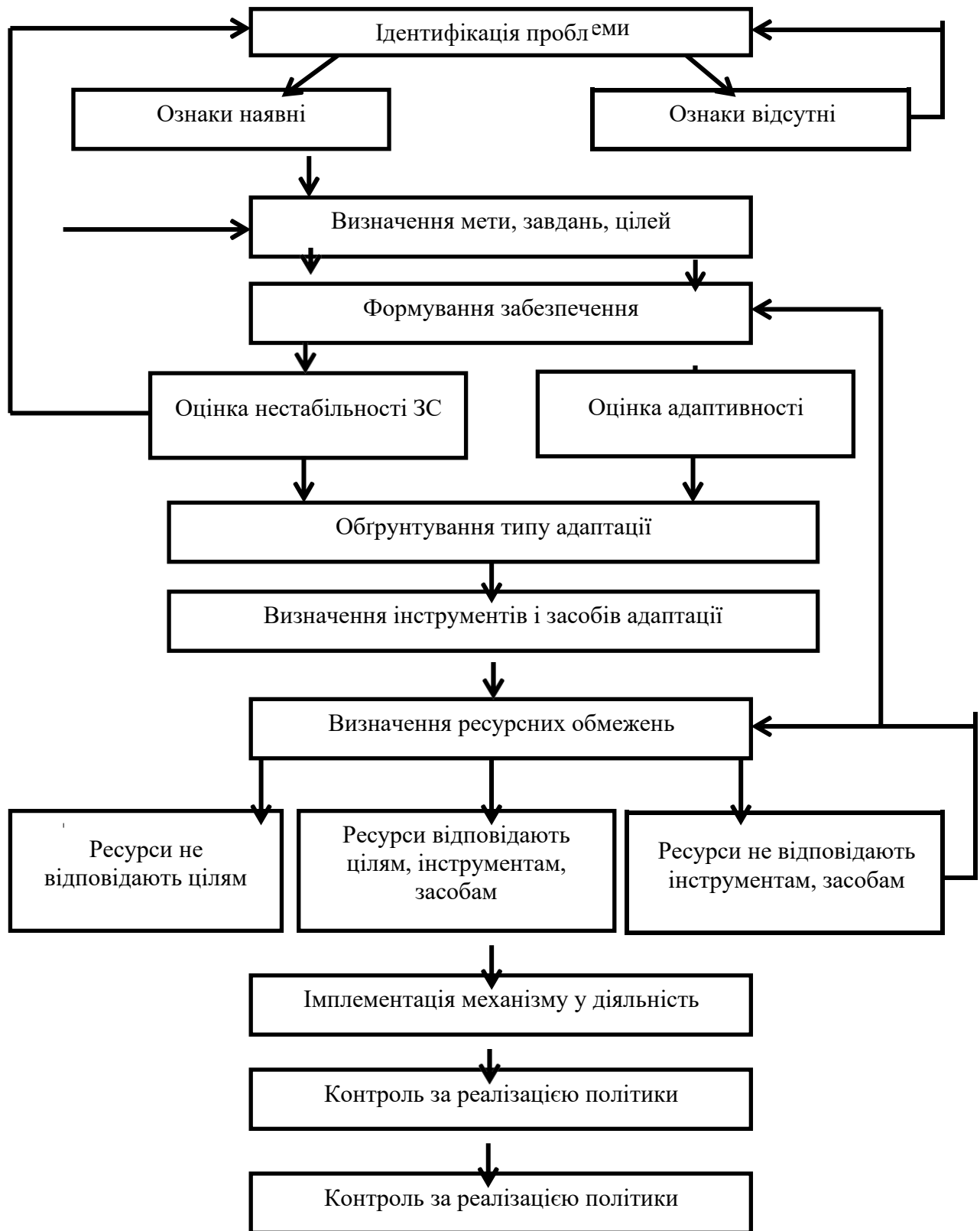


Рис. 1.2 Алгоритм розробки політики зовнішньоекономічної адаптації за умов Євроінтеграційних процесів [25]

На рис. 1.3 узагальнені переваги та ризики з які можуть впливати на механізм зовнішньоекономічної адаптації підприємства за умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

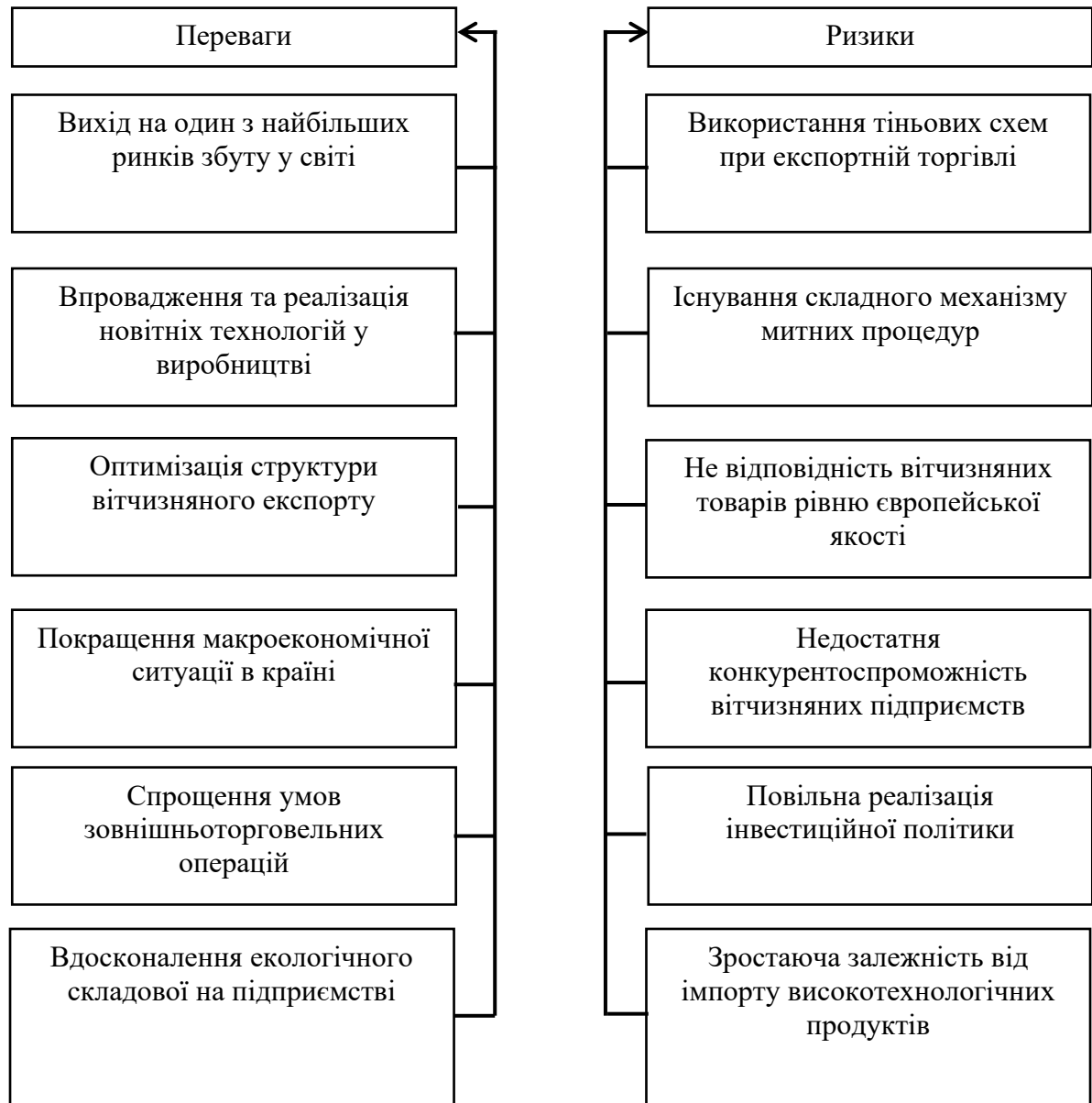


Рис. 1.3. Переваги та ризики механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств [сформовано на основі 11, 28, 12, 23, 16, 26, 36, 34]

Виходячи з вищевказаних факторів, при розробці та реалізації політики зовнішньоекономічної адаптації підприємства необхідно враховувати ризики та переваги даної операції. Справа у тому, що вітчизняні підприємства мають

специфічні умови функціонування, тому вихід на нові ринки є для них важкою місією, яка може дестабілізувати роботу підприємства.

Треба відзначити, що політика адаптації зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств повинна відповідати усім можливостям: фінансовим, ресурсним, виробничим .

Ця політика повинна бути сталою, адже є досить значимим фактором при реакції на негативні явища у зовнішньому середовищі.

З наведених вище положень, які висловили провідні автори та експерти, можна зробити висновок, що одна з найголовніших галузей промисловості України, машинобудування, є досить чутливою до євроінтеграційних процесів, та нових умов, які з'являються. На сьогоднішній день, галузь машинобудування у своїй більшості є збитковою, та головний ризик полягає в тому, що держава не зможе надавати належну підтримку для розвитку процесів, які мають неопосередкований вплив на євроінтеграційну адаптацію машинобудівних підприємств. Це також проявляється у відсутності ініціативи з боку держави щодо просування продукції машинобудівної галузі на зовнішніх ринках.

На закінчення, можна зробити висновок, що політика адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємства є досить важливою ланкою у побудові організаційної структури діяльності підприємства. За допомогою впровадження такої політики у машинобудівного підприємства з'являється багато можливостей, які можуть позитивно впливати на його потенціал. Але треба враховувати ризики, які можуть бути при реалізації даної політики.

Найголовніше те, що дана політика вимагає чіткої структури та визначення основних елементів, які її формують. Дотримання цих умов допоможе підприємству стабілізувати свою діяльність, та стимулювати його до скорішої інтеграції у європейській економічний простір.

1.3. Проблеми адаптації українських машинобудівних підприємств до умов євроінтеграційного процесу

Галузь машинобудування на сьогоднішній день є однією з найпроблемніших галузей національного виробництва України. 2014 рік, який став важким для машинобудівних підприємств за рахунок того, що припинився продаж та почали скорочуватись обсяги реалізації продукції у Російську Федерацію. В таких умовах, українські підприємства змушені були розпочати процес переорієнтації та знаходити нові ринки збуту. Проте слід виділити, що в умовах глобалізації та посилення євроінтеграційних процесів галузь машинобудування має можливість вийти на абсолютно новий ринок, залучити інвестиції та провести тотальну модернізацію своєї виробничої та торговельної діяльності. Доречно розглянути обсяги реалізації машинобудівної продукції протягом 2015-2019 рр.



Рис. 1.4. Динаміка зміни обсягів реалізованої продукції машинобудівних підприємств [сформовано автором на основі 10]

Виходячи з рис. 1.4 можна спостерігати, що обсяги реалізованої продукції вітчизняних машинобудівних підприємств зросли впродовж 2015-2019 рр. Це є позитивною тенденцією, що свідчить про активізацію

виробництва та реалізації машинобудівної продукції. Проте розглядаючи питому вагу, можна виділити, що у загальному обсязі реалізованої продукції показники мають тенденцію до зменшення. Впродовж 2015-2019 рр. цей показник зменшився на 25,5 %. Можна зробити висновок, що машинобудівна галузь на даний час не є центральною галуззю. Тобто держава не має серйозних намірів щодо реалізації машинобудівної продукції, та у пріоритеті є інші види промисловості.

Варто проаналізувати індекс машинобудівної продукції, що проілюстрований на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Динаміка зміни індексу машинобудівної продукції протягом 2015-2019 рр. [сформовано автором на основі 10]

Окремо автор пропонує проаналізувати показники обсягів реалізованої продукції машинобудівних підприємств Полтавської області. Адже суб'єкт, який аналізується у роботі знаходиться у місті Кременчук Полтавської області.

Розглянемо обсяг реалізованої продукції машинобудівної галузі Полтавської області (рис. 1.6). Як ми бачимо, галузь машинобудування має позитивну тенденцію у 2019 році. Проте, протягом періоду, що аналізується питома вага машинобудівної продукції у загальному обсязі зменшується. За

період 2015-2019 рр. зменшилась на 7,7 %. Тобто на регіональному рівні також відбувається переорієнтація виробництва.



Рис. 1.6. Обсяг реалізованої продукції машинобудівної галузі Полтавської області, тис. грн. [сформовано автором на основі 8]

Окремо проаналізуємо динаміку зміни індексу машинобудівної продукції, що виробляється у Полтавській області на рис. 1.7.

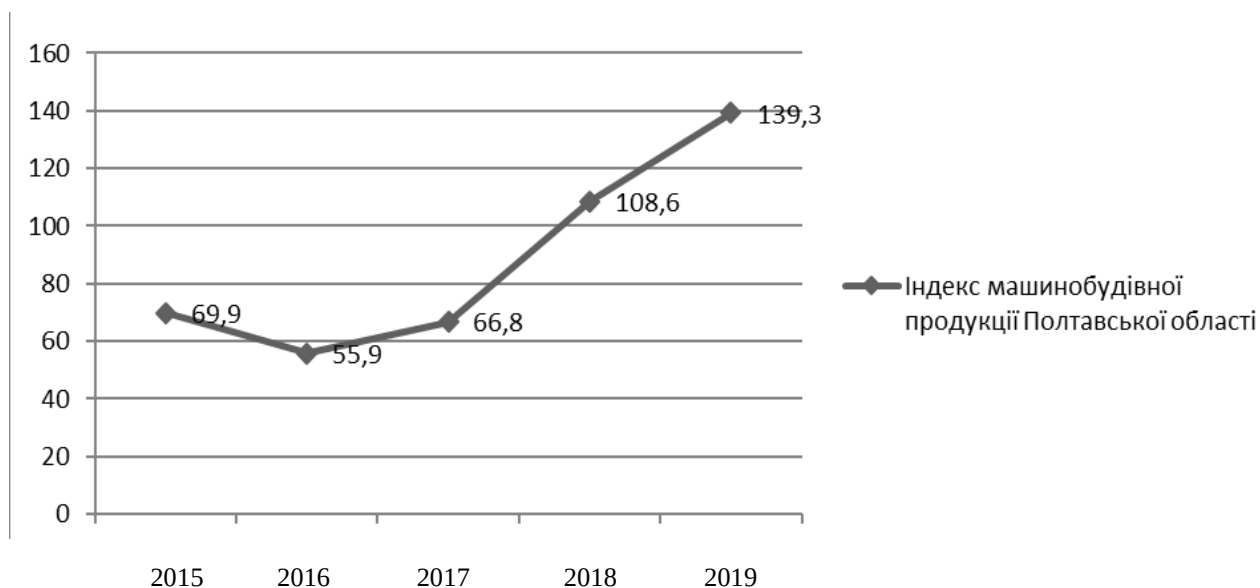


Рис. 1.7. Динаміка зміни індексу машинобудівної продукції Полтавської області [сформовано автором на основі 8]

З проаналізованих даних можна зробити висновок, що Полтавська область є однією з найпотужніших осередків машинобудування України. Це можна спостерігати з рисунків, які ілюструють індекс машинобудівної продукції та обсягів реалізації продукції. Адже у загальному обсязі виробленої продукції машинобудування в рамках країни, підприємства Полтавської області займають 6,2 % станом на 2019 рік. У 2015 році цей показник становив 8,2 %. На рисунку 1.8 пропонується проаналізувати обсяг інвестицій, які направлені на розвиток машинобудівної галузі.

Капітальні інвестиції у сферу машинобудування, млн. грн.

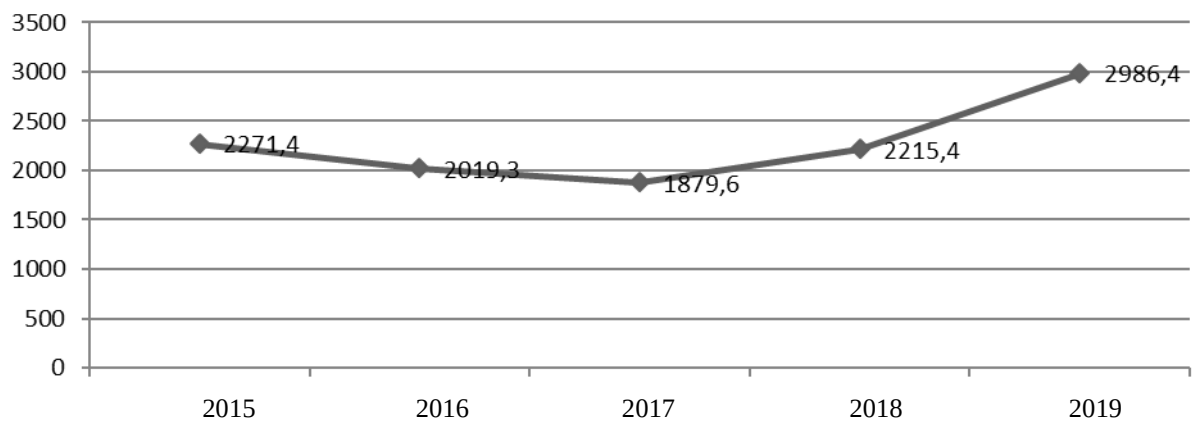


Рис. 1.8 Динаміка зміни капітальних інвестицій у сферу машинобудування
[сформовано автором на основі 10]

Аналізуючи дані, що представлені на рис. 1.8 можна побачити, що динаміка капітальних інвестицій є позитивною. Адже після 2017 року, цей показник почав збільшуватись, що є добрим знаком для машинобудівних підприємств України. Адже, як було зазначено вище, інвестиції є одним з головних джерел розвитку підприємства. Проте, слід зазначити, що у загальному обсязі машинобудівна промисловість отримує лише малу частку від усіх інвестицій, які поступають у галузь. Таким чином цей показник станом на 2019 рік становив лише 2,1 % від загального обсягу. Це свідчить про те, що інвестори та держава визначають машинобудівну промисловість

як таку, яка має ризики.

Ці ризики пов'язані у першу чергу з тотальним зносом основних засобів підприємств, та не відповідністю продукції якості, яку вимагають нові зовнішні ринки. Проте, це положення можна виправити тим, що підприємства можуть отримувати інвестиції, які можна спрямовувати на розвиток підприємства та покращення умов виробничої діяльності.

Далі пропонується розглянути динаміку зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств за 2015-2019 рр. та зробити висновки відносно положення вітчизняних підприємств.



Рис. 1.9. Динаміка зміни зовнішньоекономічної діяльності стосовно машинобудівної галузі України, тис. грн. [сформовано автором на основі 10]

Аналізуючи дані, що представлені на рисунку 1.9 можна зробити висновок, що експортна діяльність підприємств галузі машинобудування має негативні ознаки. У першу чергу це проявляється у тому, що імпорتنі операції мають набагато вищі показники, тобто існує від'ємне сальдо. Від'ємне сальдо експортно-імпорتنих операцій у першу чергу показує, що

галузь машинобудування більше купує, ніж продає. Такий висновок формує негативні ознаки, які існують в галузі: від'ємне сальдо має негативний вплив на макроекономічну ситуацію в цілому; свідчить про недостатню якість товарів, що експортуються; проблеми пов'язані з перепонами у реалізації експортних операцій.

Машинобудівним підприємствам необхідно оновлювати свої основні засоби, технології виробництва та асортимент для того, щоб бути досить конкурентоздатними на зовнішньому ринку. Адже на сьогоднішній день світовий ринок є досить інноваційним, для будь-якої сфери, та вимагає новизни у продуктах. Для процесу оновлення промислового обладнання та підтримки необхідного рівня науково-дослідницьких робіт необхідні інвестиції, які мають рушійну силу для будь-яких промислових підприємств. Отже, машинобудівна галузь має проблеми, які не дозволяють їй освоювати нові ринки та збільшувати обсяг реалізації товарів за кордон.

Висновки до розділу 1.

1. Враховуючи, що зміни у зовнішньому середовищі є вагомим інструментом, який впливає на зовнішньоекономічну діяльність підприємства, тому на сьогоднішній день є досить важливим є питання впровадження адаптаційних процесів на підприємстві для його нормального функціонування та реагування на зміни, які відбуваються. Саме тому адаптаційні процеси займають важливе місце у розробці планів зовнішньоекономічної діяльності.

2. Поняття «адаптація» сьогодні є досить невизначеним терміном. На це впливає недостатній досвід виходу на нові ринки збуту вітчизняних підприємств.

Загальне визначення можна сформулювати так: адаптація – це одна з форма, яка відображає вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство, та дозволяє встановлювати рівновагу між цим впливом.

3. На адаптаційні процеси підприємства мають вплив як внутрішні, так і зовнішні фактори.

До внутрішніх факторів належать: особливості корпоративного менеджменту; виробничий потенціал та потужності; гнучкість структур підприємства. У свою чергу до зовнішніх факторів входять: політична та соціальна ситуація країни, в якій працює суб'єкт; кон'юнктура ринку; технологічний розвиток.

4. Адаптаційні процеси мають свої принципи:

- системність та комплексність;
- результативність та гнучкість;
- орієнтованість на досягнення поставлених цілей;
- ієрархічність та сталий розвиток;
- принцип основної ланки.

Адаптаційні процеси мають чіткі принципи, які визначають подальший їх розвиток. За допомогою цих принципів підприємство може впроваджувати та реалізовувати адаптаційний механізм впродовж коротких строків та без негативних наслідків.

5. Політика зовнішньоекономічної адаптації – це політика, яка являє собою набір інструментів та заходів, які спрямовані на реалізацію пристосування підприємства до відповідних умов, з метою збереження або посилення позицій як на внутрішньому, так й на зовнішньому ринках. За умов поглиблення євроінтеграційних процесів політика зовнішньоекономічної адаптації підприємства має на меті наступні завдання:

1. Використання усіх можливостей, які пов'язані з євроінтеграційним процесом.

2. Мінімізація ризиків, які впливають на підприємство опосередковано через євроінтеграційні процеси.

6. Одна з найголовніших галузей промисловості України, машинобудування, є досить чутливою до євроінтеграційних процесів, та нових умов, які з'являються. На сьогоднішній день, галузь машинобудування у своїй більшості є збитковою, та головний ризик полягає в тому, що держава не зможе надавати належну підтримку для розвитку процесів, які мають

неопосередкований вплив на євроінтеграційну адаптацію машинобудівних підприємств.

7. В результаті проведеного аналізу встановлено, що експортна діяльність підприємств галузі машинобудування має негативні ознаки. У першу чергу це проявляється у тому, що імпорتنі операції мають набагато вищі показники, тобто існує від'ємне сальдо. Від'ємне сальдо експортно-імпортних операцій у першу чергу показує, що галузь машинобудування більше купує, ніж продає. Свідчить про недостатню якість товарів, що експортуються; проблеми пов'язані з перепонами у реалізації експортних операцій.

Машинобудівним підприємствам необхідно оновлювати свої основні засоби, технології виробництва та асортимент для того, щоб бути досить конкурентоздатними на зовнішньому ринку.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «АвтоКрАЗ»

2.1. Техніко-економічні показники діяльності підприємства

Історія «АвтоКрАЗу» — це довгий і важкий шлях до автозаводу світового рівня. Підприємство за весь період свого існування, починаючи з 1945 року, тричі змінювало характер виробництва. Але, незважаючи на часту реорганізацію, «АвтоКрАЗ» — одне з небагатьох підприємств в країні, якому вдалося увійти до десятки лідерів автомобілебудування [30].

Сьогодні Приватне акціонерне товариство «АвтоКрАЗ»: гранд автомобільної промисловості України, що входить до десятки провідних світових лідерів з виробництва великовантажних автомобілів; єдиний виробник в Україні вантажівок, що має замкнутий технологічний цикл виробництва [30].

Інформація щодо показників товарної продукції та реалізованої продукції, а також її абсолютного та відносного значення представлені на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Динаміка обсягів випуску та реалізації продукції
ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

Виходячи з рисунку 2.1, можна побачити, що протягом 2015-2017 рр. підприємство нарощувало обсяг випуску продукції та її реалізації. Проте динаміка зменшилась протягом 2018-2019 рр. Це є негативним фактором, який показує, що на підприємстві існують проблеми, які впливають на хід виробництва та механізм реалізації продукції.

Доречно проаналізувати структуру виробленої продукції. Структура виробництва продукції представлена на рисунку 2.2.

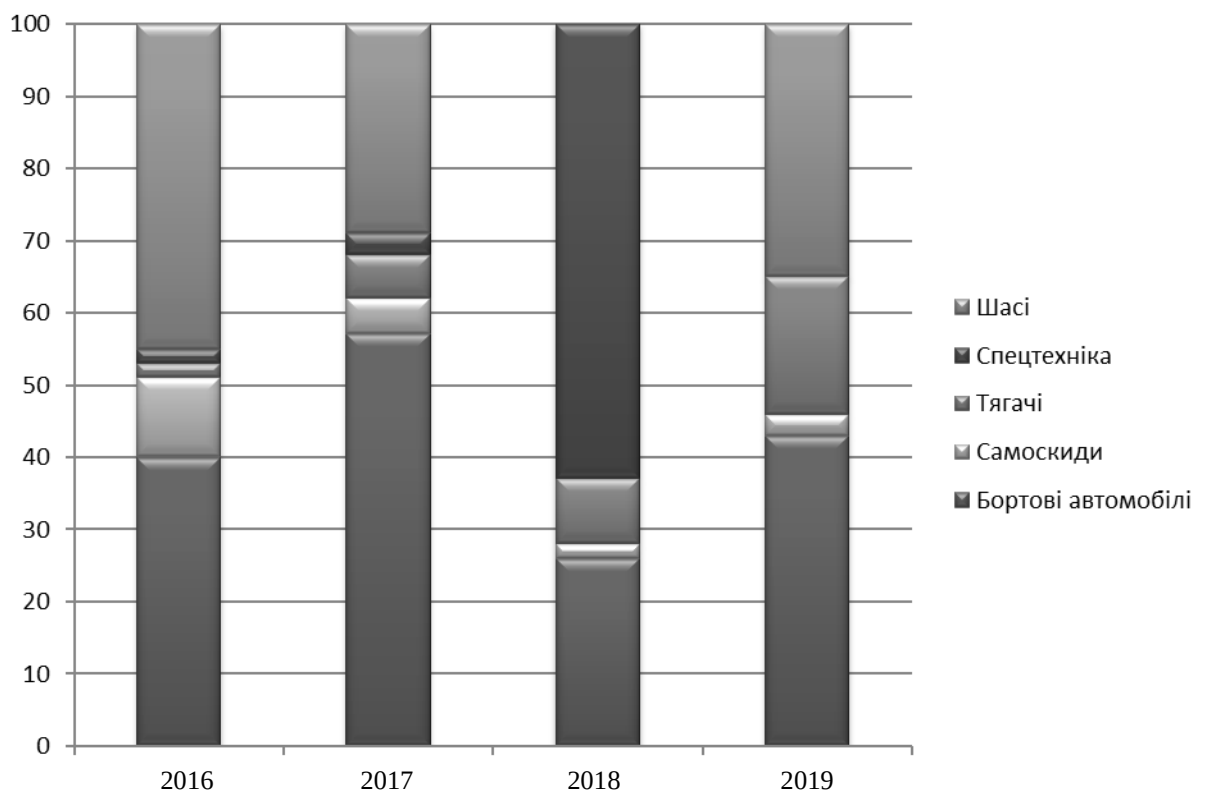


Рис. 2.2 Структура товарної продукції ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

За даними рисунку, основну частину товарної продукції у 2016-2017 рр. займають бортові автомобілі. Також значну частину займали шасі та самоскиди. У 2018 році основним видом товарної продукції була різноманітна спецтехніка. Станом на 2019 рік підприємство найбільшу частину займали бортові автомобілі та шасі. Та збільшилось виробництво тягачів.

На рисунку 2.3 можна побачити динаміку змін, які відбулися у продажі продукції, а саме як змінювалась доля основних ринків

збуту автомобільної техніки у 2015-2019 рр.

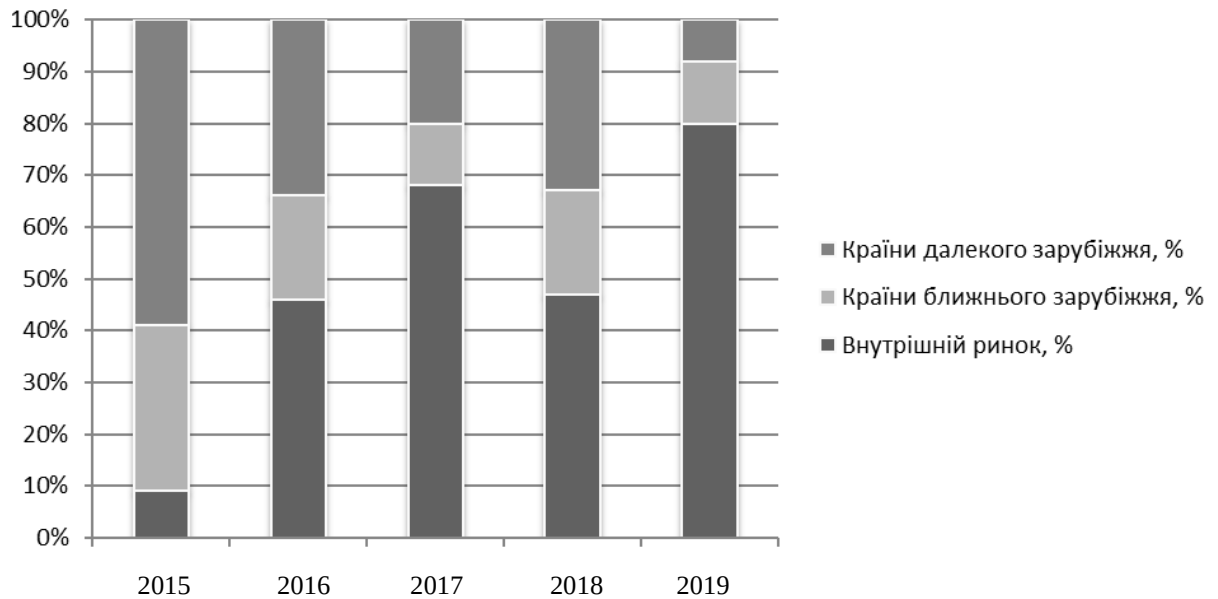


Рис. 2.3. Динаміка зміни основних ринків збуту підприємства ПАТ «АвтоКрАЗ» (складено автором за даними [1])

Виходячи з даних рисунку 2.3, можна побачити, що підприємство у 2015 році більше експортувало продукції у країни далекого зарубіжжя, але у 2016 році ситуація змінилась і більшість продукції було реалізовано внутрішньому ринку. Такі зміни стались в результаті створення воєнної техніки та потребі в цій техніці. Таким чином, станом на 2017 рік низька активність експорту у країни СНД пов'язана у першу чергу з напруженими стосунками з Російською Федерацією, так як саме ця країна виступала найбільшим ринком збуту у 2015 році. Станом на 2018 рік ПАТ «АвтоКрАЗ» працювали як на внутрішній ринок, так й експортували продукцію у країни далекого зарубіжжя.

У 2019 році підприємство нарощувало обсяги продажу на внутрішньому ринку.

На рис. 2.4, представлена структура основних фондів підприємства ПАТ «АвтоКрАЗ» та динаміка зміни показників основних фондів.

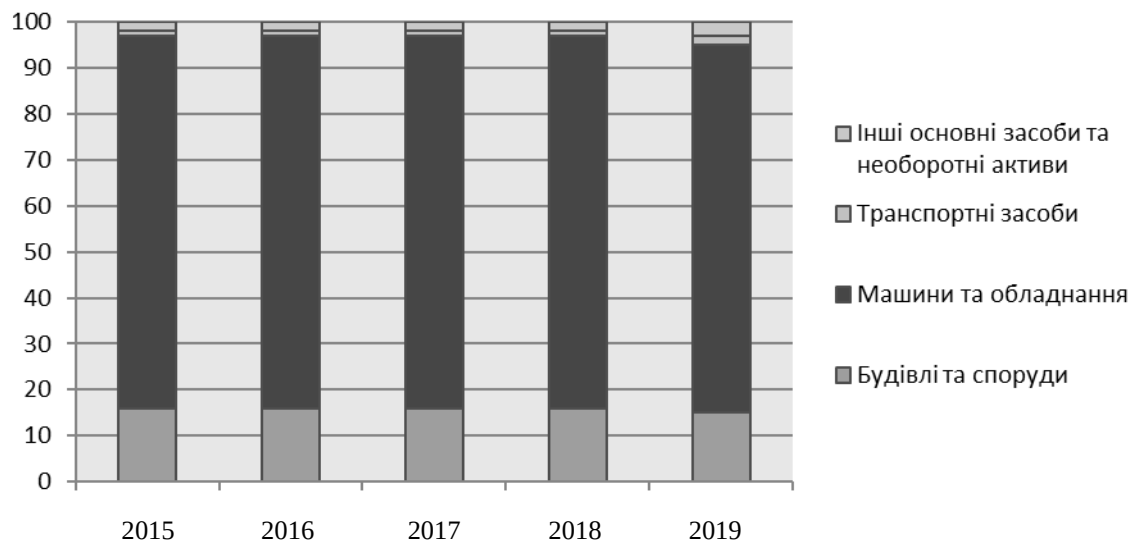


Рис. 2.4. Ілюстрована структура основних фондів ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

На рис. 2.4 основну долю основних фондів займають машини та обладнання. Другим по значенню основним засобом виступають будівлі та споруди, які дорівнюють. А також можемо спостерігати повільний ріст інших основних засобів впродовж 2015, 2016, 2017 років, проте станом на 2018 та 2019 роки основні фонди мали тенденцію до скорочення.

На рис. 2.5 проведемо аналіз та знайдемо основні коефіцієнти руху та технічного стану основних фондів.

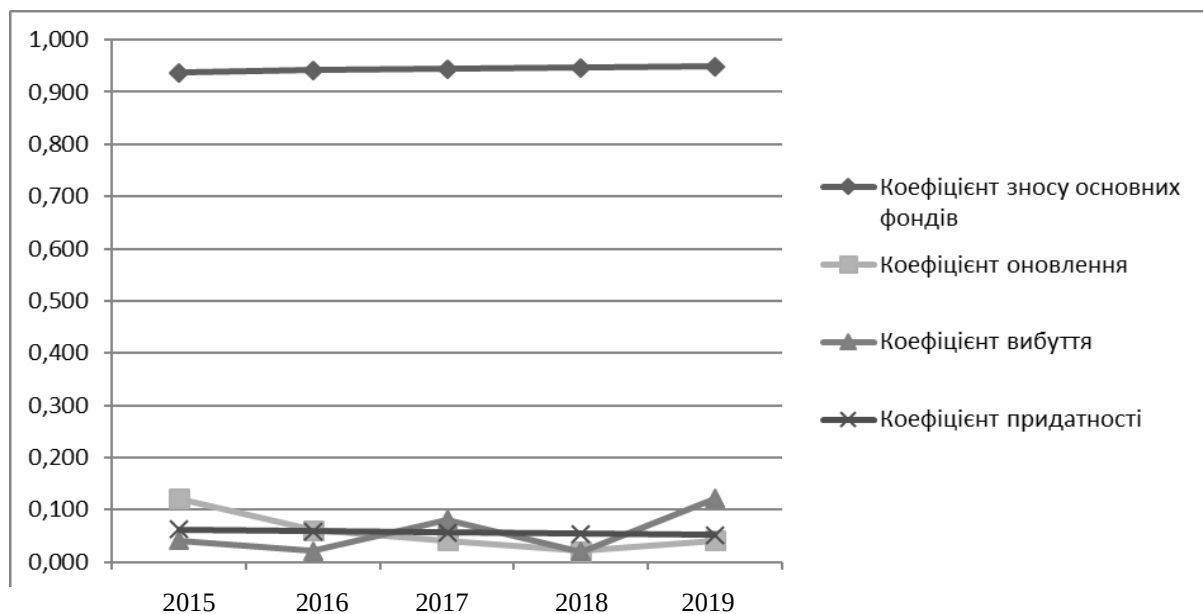


Рис. 2.5 Динаміка основних коефіцієнтів руху та технічного стану основних фондів ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

Рисунок показує низький коефіцієнт оновлення, що характеризує низький рівень розвитку впровадження нових технологій та основних фондів на підприємстві. Проте коефіцієнт вибуття, який у 2019 році збільшився у порівнянні з усіма роками. Це позитивна тенденція, адже на підприємстві не застоюються основні фонди, які не є придатними до застосування. Коефіцієнт зносу показує, що основні фонди потребують заміни, або ремонту. Саме тому, підприємству необхідно впроваджувати нові основні засоби та модернізувати виробництво, адже це позитивно впливає на виробничу діяльність підприємства.

Коефіцієнт фондівдачі має позитивну тенденцію, що показує раціональне використання основних фондів та підвищення обсягів виробництва. Проте у 2018 та 2019 роках показник фондівдачі зменшився. Це може бути пов'язано з тим, що на підприємстві існує тотальний знос основних фондів.

Показник фондоозброєності має позитивну тенденцію. Показник не повинен досягати критичного стану, коли забезпеченість виробництва основних фондів буде недостатньою, та це буде впливати на результати виробництва та реалізації продукції.

Аналізуючи обігові кошти можна побачити значне зростання дебіторської заборгованості. Зростання дебіторської заборгованості є поганим явищем, так як на неї припадає основна частка обігових коштів. З причини, що дебіторська заборгованість не є високоліквідним активом, то підприємство стає менш ліквідним. У 2018 році можна виділити те, що збільшився показник незавершеного виробництва, та готової продукції. Це є негативним явищем, адже на підприємстві існує простій, який знижує можливості реалізації продукції.

Станом на 2019 рік значно збільшився показник виробничих запасів, незавершеного виробництва та дебіторської заборгованості. Це є негативним явищем, адже підприємство продовжує бути недостатньо ліквідним, що впливає на загальну ліквідність його балансу, на його фінансову стійкість та

подальші перспективи розвитку.

На рис. 2.6 можна побачити структуру обігових коштів ПАТ «АвтоКрАЗ».

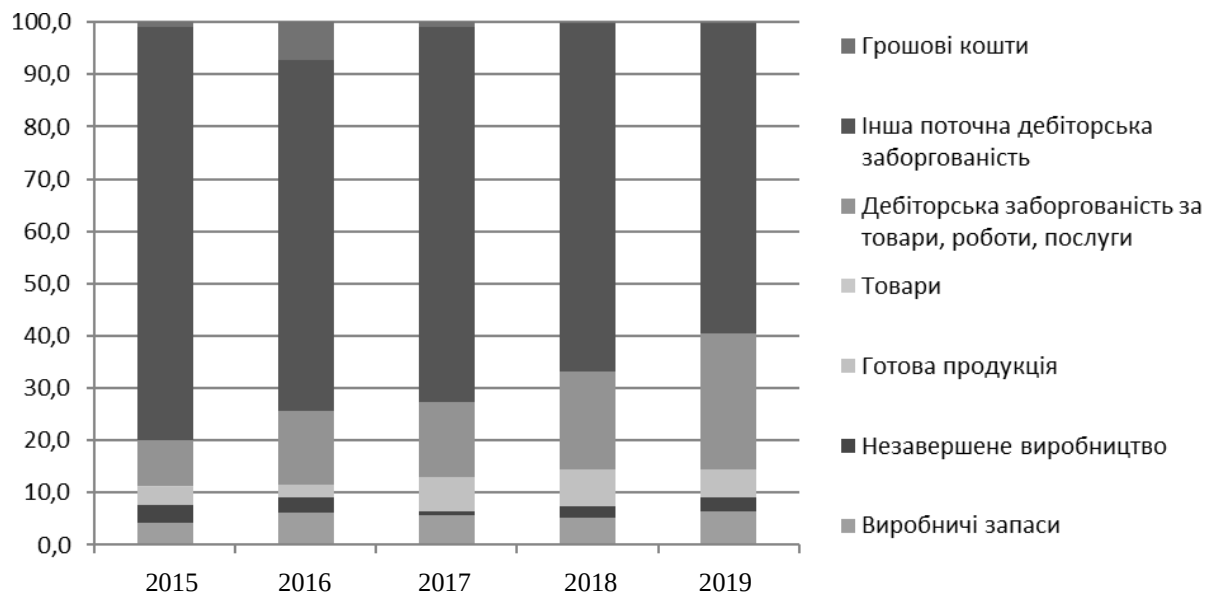


Рис. 2.6 Структура обігових коштів підприємства [1]

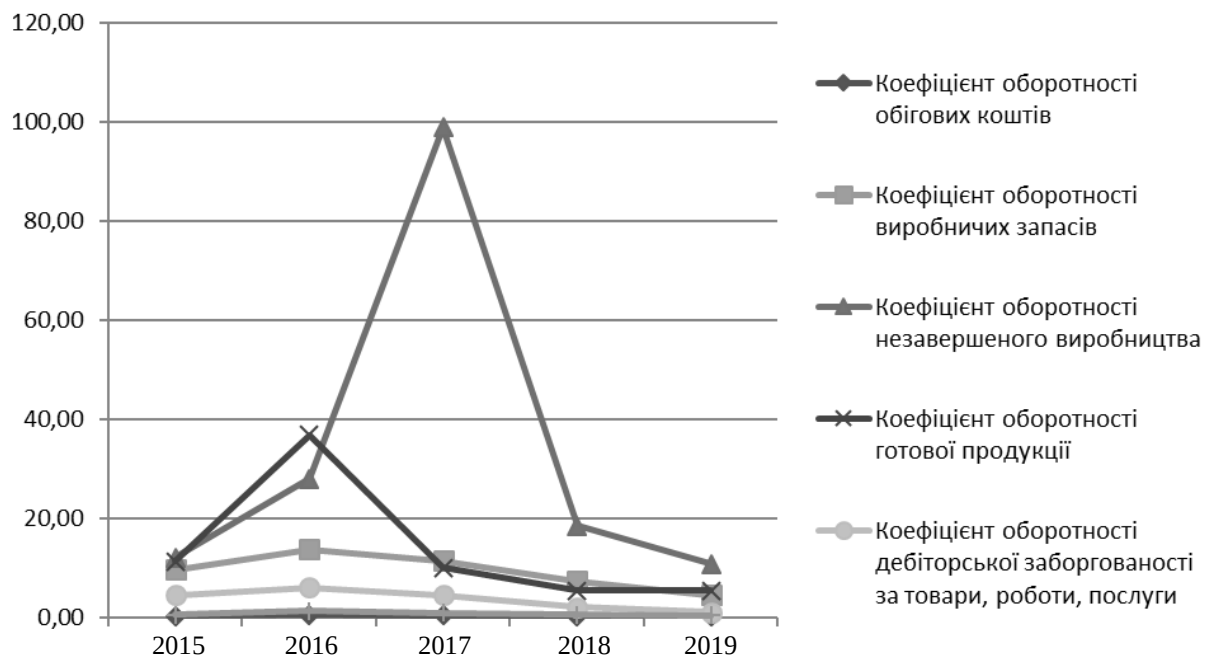


Рис. 2.7 Динаміка коефіцієнтів ефективності використання обігових коштів [1]

Аналізуючи рис. 2.7 бачимо, що коефіцієнт оборотності обігових

коштів мав тенденцію зростання у 2016 році, але у 2017 році знову зменшився. Це означає, що відбулося зростання суми оборотних коштів. Також ми можемо бачити, що зменшився коефіцієнт оборотності виробничих запасів у 2017 році та у 2018 році. Це негативне явище, яке показує, що підприємство має залишки нереалізованої продукції. Низький коефіцієнт оборотності іншої поточної дебіторської заборгованості показує, що підприємство має великий надлишок цих активів.

Рис. 2.8 відображає ефективність використання трудових ресурсів на ПАТ «АвтоКрАЗ».

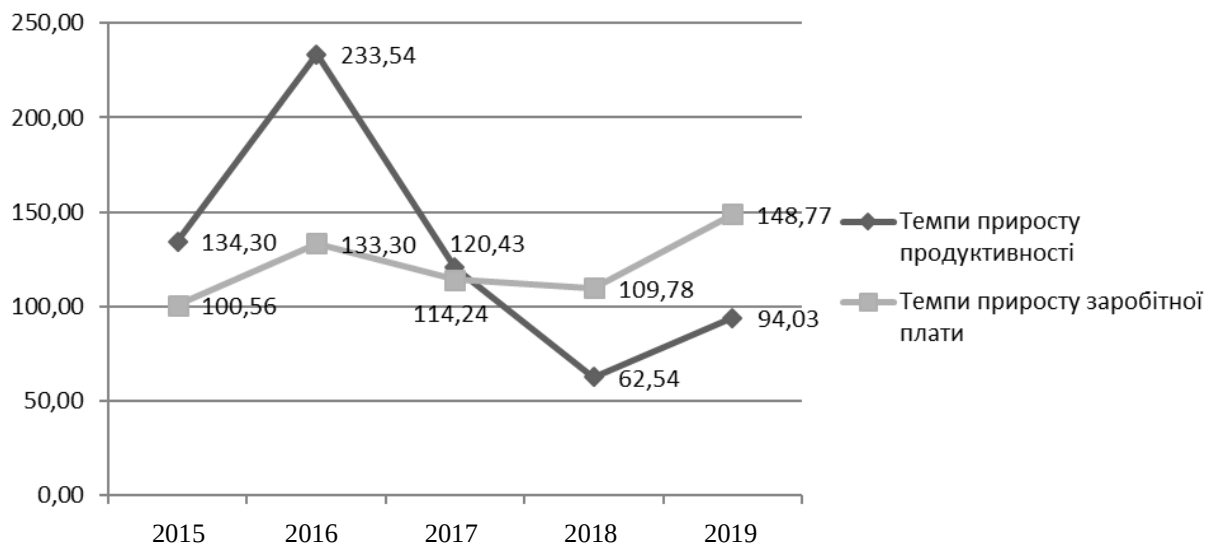


Рис. 2.8 Темпи приросту продуктивності праці та зарплати [1]

Вважається нормальним явищем ситуація, коли на підприємстві темп збільшення продуктивності праці становить більше, ніж показник збільшення зарплати. Виходячи з рисунку 2.8, можемо спостерігати, що у 2016 році підприємство цього дотримувалось. Це явище позитивно впливає на підприємство так як, фонд оплати праці використовується ефективно. У 2017 році ці темпи змінились, тому продуктивність та середня зарплатна плата зменшились. Стагнація продовжилась у 2018 році, що було негативним явищем. Проте у 2019 році темпи приросту продуктивності та зарплати збільшились.

На рис. 2.9 проаналізуємо структуру витрат на виробництво продукції в

розрізі, тобто за окремими економічними елементами.

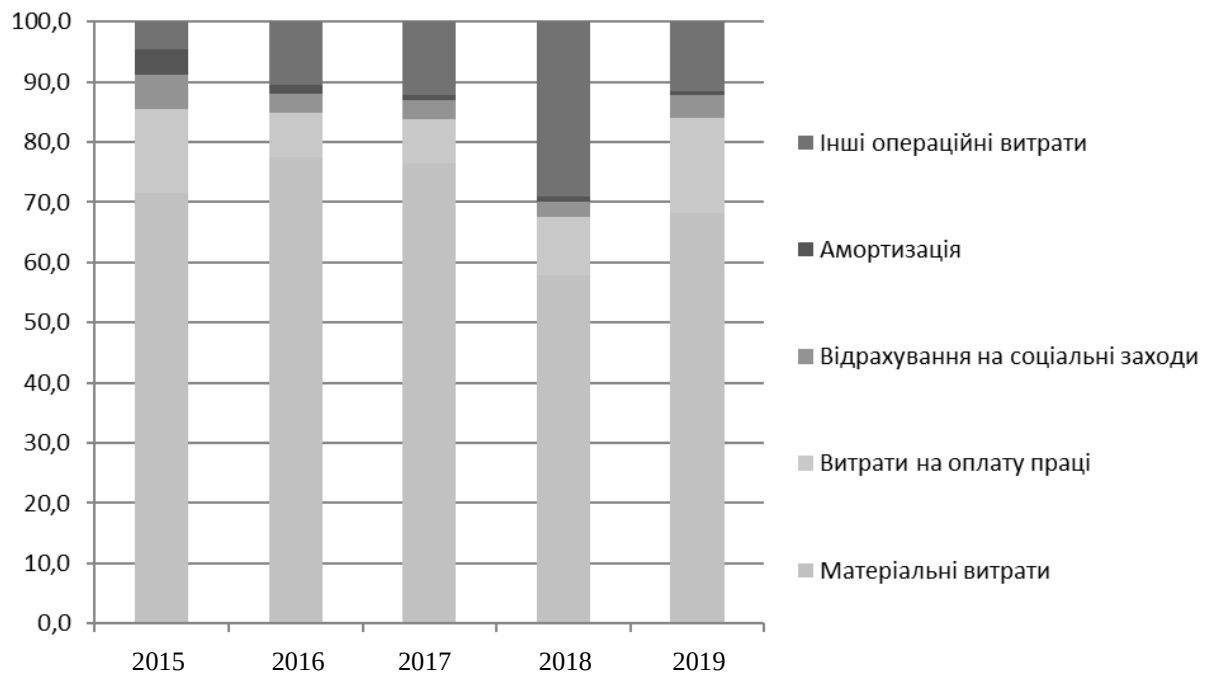


Рис. 2.9 Структура витрат на виробництво продукції [1]

Структура показує, основну частину собівартості продукції складають матеріальні витрати, які зростали до 2017 року, проте у 2018 році зменшились, а у 2019 році знову збільшились. Це викликано девальвацією національної валюти, що спричинило дорожчання сировини та всіх необхідних компонентів для виготовлення продукції. Витрати на оплату праці зросли, але в загальній масі стали меншими, але у 2019 році збільшились. Так як операційні витрати, які пов'язані з витратами на збут, маркетингові дослідження, вони зросли.

Загалом витрати, пов'язані з собівартістю продукції зросли та станом на 2017 рік більше, ніж за попередній період. А у 2016 році склали більше, ніж у 2015 році, це свідчить про неефективну стратегію скорочення витрат на виробництво для підприємства. Проте у 2018 та 2019 роках цей показник зменшився та оптимізувався.

На рис. 2.10 доречно розглянути динаміку зміни витрат на виробництво продукції за економічними елементами на 1 грн. продукції.

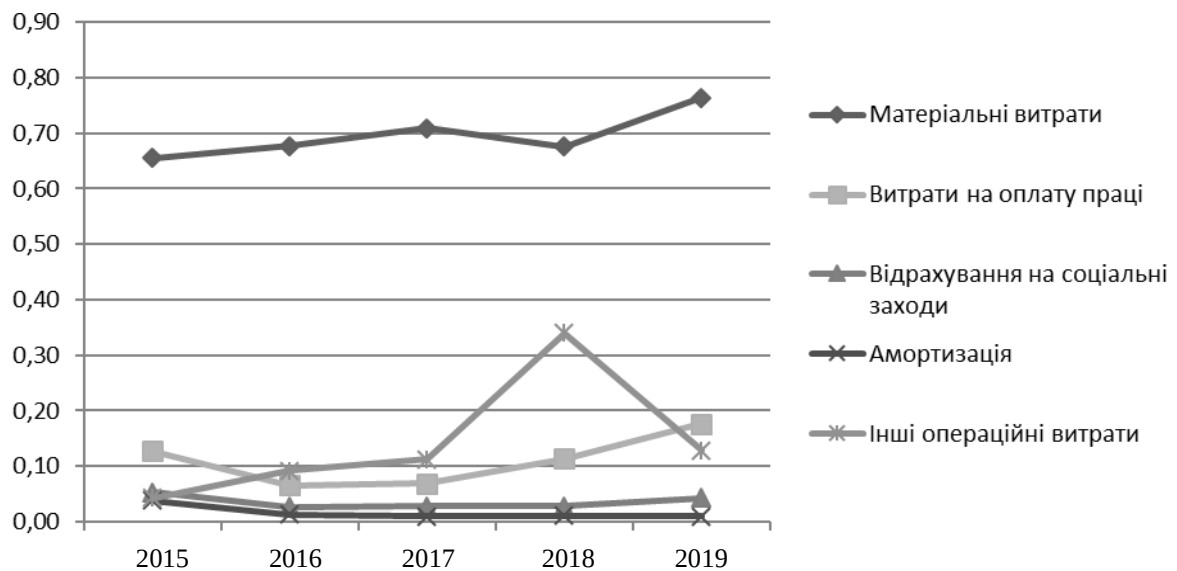


Рис. 2.10 Динаміку зміни витрат на виробництво продукції за економічними елементами на 1 грн. продукції [1]

На рис. 2.10, на 1 грн. продукції показники матеріальних витрат зменшились, але станом на 2019 рік збільшились. Відрахування на соціальні заходи, амортизація зменшилися станом на 2019 рік збільшились та зменшилися відповідно. Лише показник інших операційних витрат кожен рік збільшувався, що свідчить про те, що підприємство більше вкладає в збут продукції, та у невиробничі операції. Проте інші операційні витрати у 2019 році зменшились, що свідчить про більш активну підтримку операційного процесу на підприємстві. В цілому витрати на 1 грн. продукції збільшились у 2017 році, у 2018 році зменшились. Станом на 2019 рік також зменшились, що свідчить про оптимізацію витрат на підприємстві.

Після аналізу техніко-економічних показників робимо висновок: обсяг торгової та реалізованої продукції зменшився протягом 2015-2019 рр., що свідчить про зменшення ефективності використання основних фондів підприємства. Основні засоби є проблемною частиною в аналізі підприємства, адже станом на 2019 рік існує тотальний знос, який супроводжується низьким коефіцієнтом оновлення. Тобто підприємство потребує модернізації, яка у свою чергу може бути реалізована за допомогою

інвестицій у виробництво та розвиток інфраструктури підприємства. Таким чином, підприємство переживає не найкращий період свого існування, на який впливають багато зовнішніх та внутрішніх факторів.

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства

Для того, щоб зробити фінансовий аналіз підприємства, були взяті за основу основні техніко-економічні показники підприємства за минулі та поточний періоди та розраховали відповідні фінансові показники.

На рис. 2.11 можна проаналізувати динаміку зміни структури активної частини балансу.

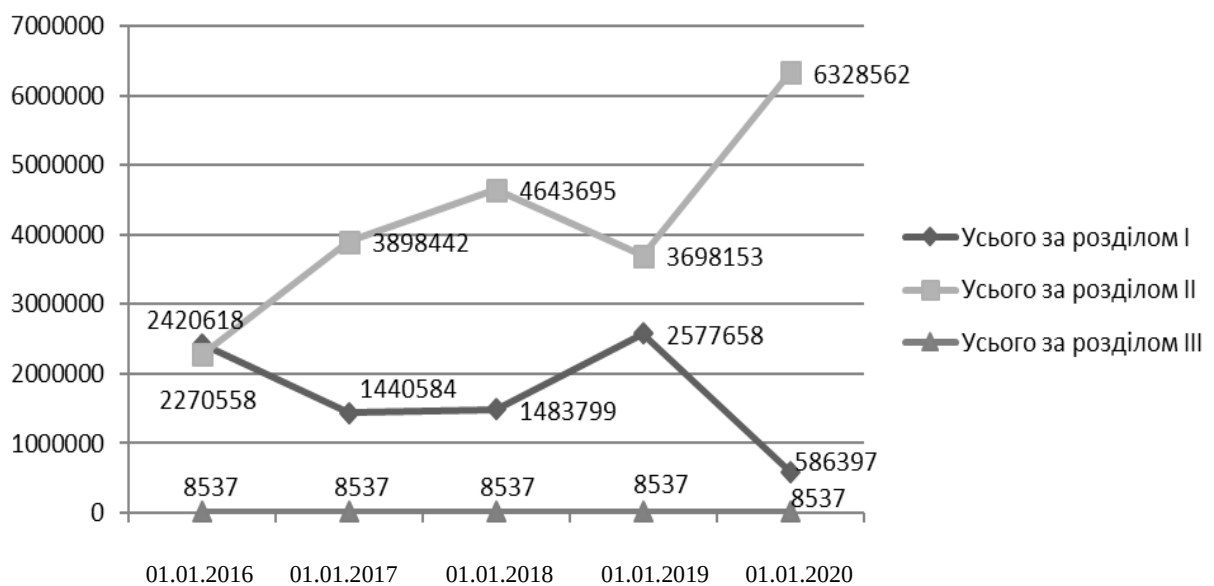


Рис. 2.11 Динаміка зміни структури активу балансу [1]

Виходячи з рисунку нематеріальні активи прийняли тенденцію до спаду, теж саме і основні засоби, вартість яких кожен рік зменшується. У свою чергу, якщо розглядати реальні активи, що характеризують виробничу потужність підприємства, то прослідковується зменшення показників. Впродовж 2018 та 2019 років цей показник зменшився.

Зменшення інших фінансових інвестицій майже на 50% є негативною

тенденцією, і свідчить про недостатню інвестиційну спрямованість діяльності підприємства. Відбулося зростання оборотних активів підприємства. У цілому збільшення дебіторської заборгованості, спричиняє негативний вплив на рівень ліквідності підприємства.

У 2018 році ситуація не змінилась. Зменшилась первісна вартість основних фондів та збільшився знос. Це свідчить про те, що підприємству необхідні капітальні інвестиції для модернізації та розвитку свого виробництва. У 2019 році показник необоротних активів зменшився. Це є негативним явищем, адже впливає на фондоозброєність підприємства та його потужність. Оборотні активи у свою чергу збільшились. А також поточні фінансові інвестиції. Проте, це позитивна тенденція, адже інвестиції повинні спрямовуватися на розвиток підприємства.

Найбільш ліквідні активи зменшились: гроші та їх еквіваленти. Готівка збільшилась. Натомість зросли показники готової продукції, незавершеного виробництва та запаси. Це негативне явище, яке констатує проблеми з реалізацією продукції на підприємстві. Впродовж 2018 та 2019 рр. ліквідні активи показували різну динаміку, та станом на 2019 рік гроші та їх еквіваленти збільшились. На рисунку 2.12 можна прослідкувати зміни, які відбулись у пасивній частині балансу.

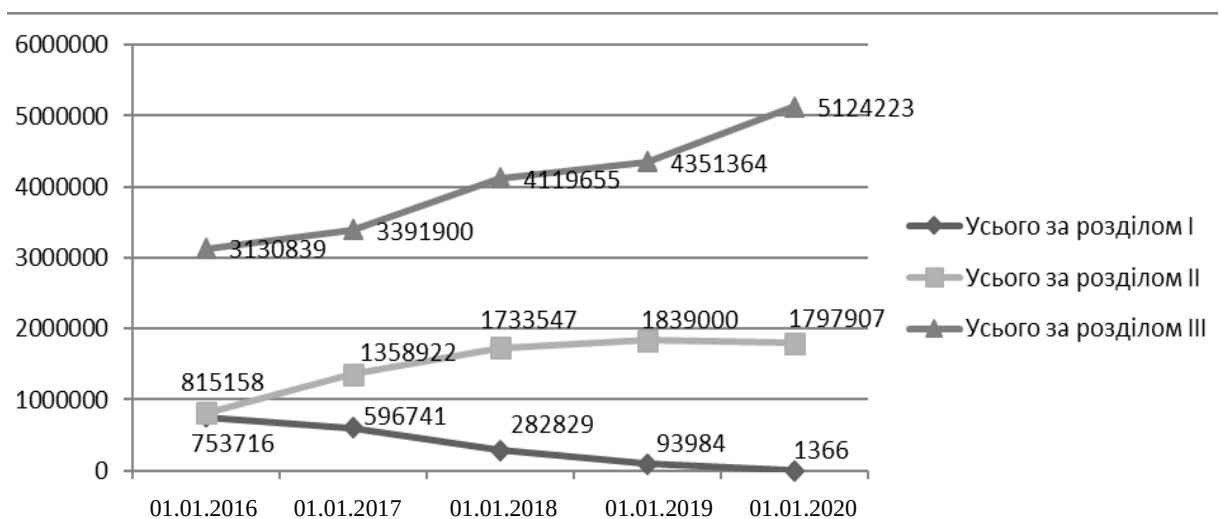


Рис. 2.12 Динаміка зміни структури пасивної частини балансу
ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

За даними відбулося зменшення власного капіталу. Якщо детально розглядати структуру власного капіталу, то найбільшу питому вагу займає пайовий капітал. Розмір пайового капіталу не змінився, але його питома вага у власному капіталі змінилася. Розмір резервного капіталу так само не змінився, але також відбулося зменшення його питомої ваги. Це спричинено зниженням нерозподіленого прибутку підприємства. Наявність довгострокових зобов'язань може бути як негативною, так і позитивною тенденцією, залежно від характеру обраної підприємством стратегії розвитку.

У поточних зобов'язаннях підприємства найбільшу питому вагу займає інші поточні зобов'язання. Зросла заборгованість за товари, роботи, послуги, що є негативною тенденцією. Проте у 2018 році цей показник зменшився. Знизилась заборгованість з оплати праці, що є позитивним моментом аналізу балансу. Також зменшилась заборгованість за розрахунками зі страхування у саме це було позитивною тенденцією, але у 2017 році знову збільшилась заборгованість. Впродовж 2018 році знову збільшився. Сума поточних зобов'язань збільшилась. Це пов'язано з тим, що підприємство не погашає існуючі заборгованості. На рис. 2.13 можна побачити динаміку зміни показника валюти балансу.

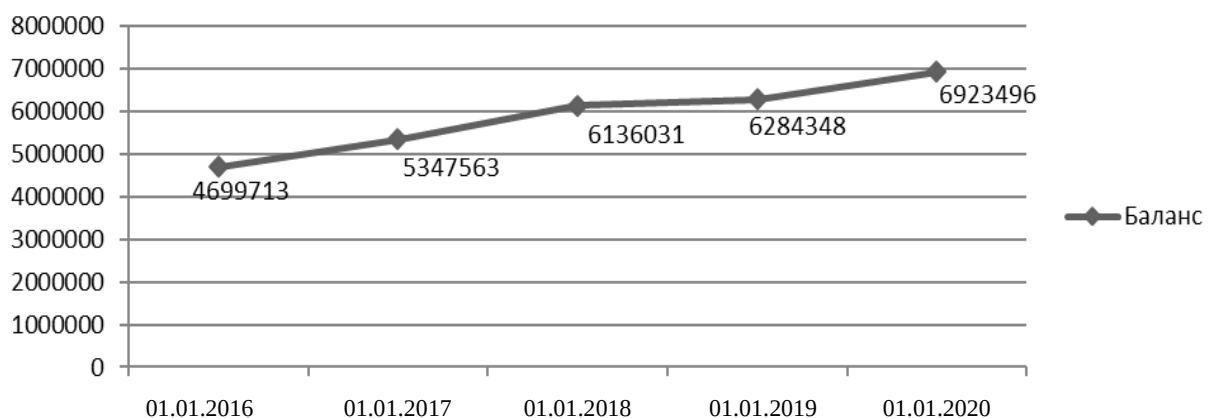


Рис. 2.13. Динаміка зміни показника валюти балансу ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

Загалом, відбулися зміни в структурі балансу підприємства. Відбувся приріст майна підприємства. Станом на 2017 рік валюта балансу також збільшилась. Здебільшого, ці зміни відбулися за рахунок збільшення вартості

оборотних активів. У 2018 та 2019 рр. валюта балансу збільшилась. Але це збільшення немає ніякого сенсу, адже більша частина активів не є ліквідними, або зовсім відсутні у підприємства, або є зобов'язаннями.

На рис. 2.14 та 2.15 відображена структура фінансових результатів діяльності підприємства.

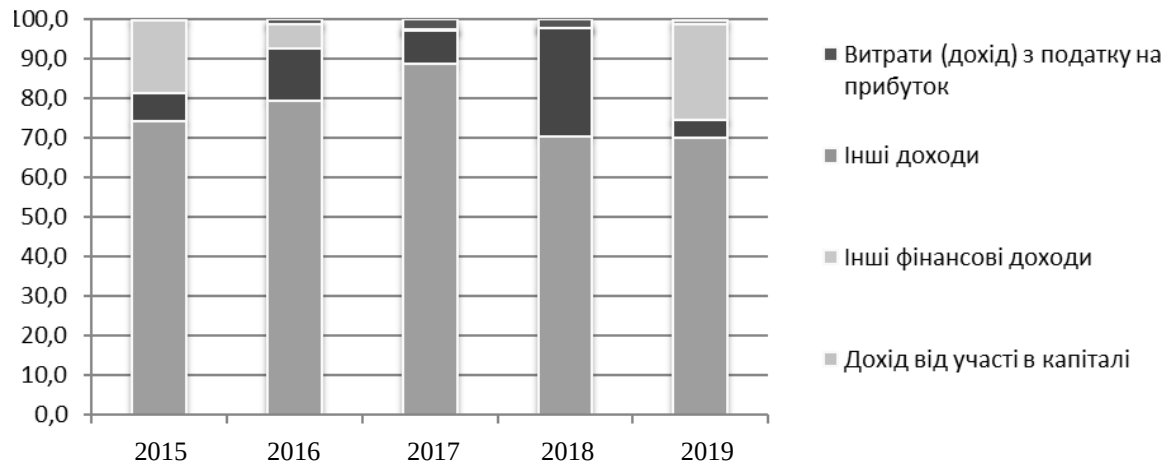


Рис. 2.14 Структура доходів підприємства ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

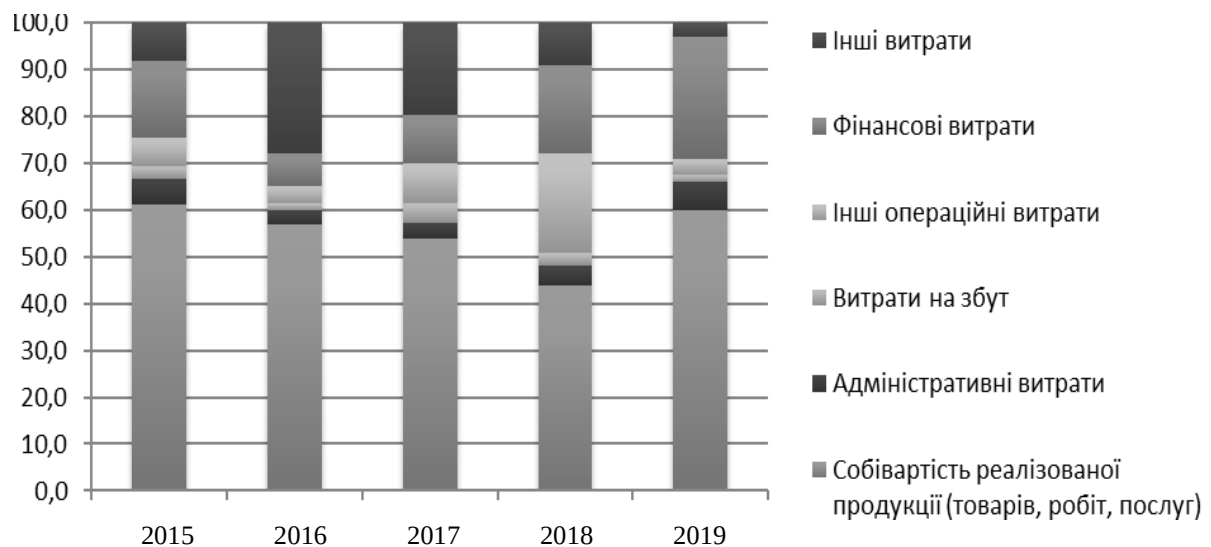


Рис. 2.15 Структура витрат на підприємстві ПАТ «АвтоКрАЗ» [1]

Більшу частину доходів займають чистий дохід від реалізації продукції. Треба звернути увагу, що у 2017 та 2018 роках зменшився показник інших фінансових доходів. Проте у 2019 році мав тенденцію до зростання. Зберегли тенденцію зростання операційні доходи у 2016 році, але у 2017 році знову зменшились.

Виходячи з даних, які наведені на рис. 2.15 основну частину займає собівартість реалізованої продукції. Ми бачимо, що з кожним роком цей показник зменшується все більше, крім останнього року. Це може бути пов'язано з кількома факторами одночасно, тому не можна сказати точно це позитивно, чи негативно. Натомість бачимо, що в цілому витрати підприємства збільшувались протягом 2015-2017 рр.. Проте у 2018 році цей показник зменшився та витратити свої кошти підприємство почало більш збалансовано. У 2019 році знову витрати зменшились, що є позитивним явищем. Інші статті витрат збільшувались.

Негативною тенденцією є те, що витрати підприємства перевищують доходи, і ця негативна тенденція зберігається усі 5 роки.

На рис. 2.16 нижче проілюстрована динаміка зміни показників рентабельності за період що аналізується.

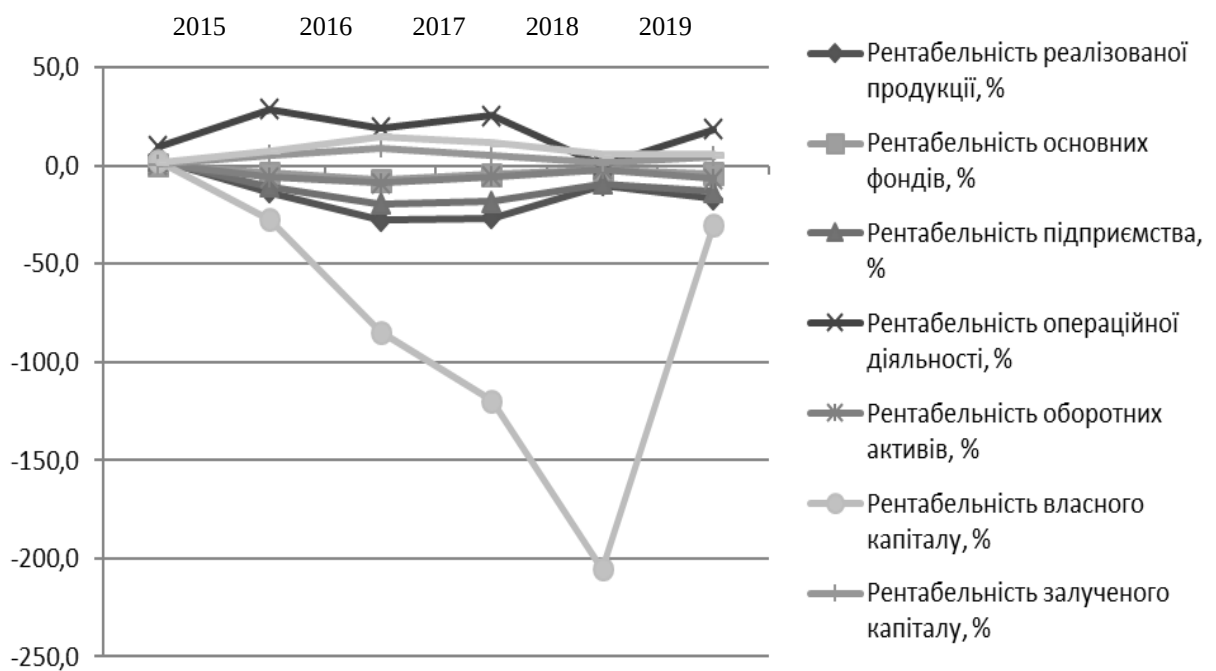


Рис. 2.16 Динаміка зміни показників рентабельності ПАТ «АвтоКрАЗ»

Виходячи з даних, що представлені на рисунку 2.16, аналіз основних показників рентабельності для підприємства ПАТ «АвтоКрАЗ» показав, що динаміка коефіцієнтів є різною. Рентабельність реалізованої продукції

прийняла темпи зменшення. Ця явище прямо пов'язане зі збитками, яке несе підприємство в ході своєї діяльності, але скорочення рентабельності продукції можна пояснити тим, що зросли ціни на сировину, та в цілому збільшились витрати на собівартість продукції.

За останні два роки ми бачимо, що значно скоротилися рентабельність основних фондів. Треба відзначити, що рентабельність оборотних активів також зменшилась. Рентабельність власного капіталу також зменшилась. Це є негативним явищем для підприємства так як, підприємство зовсім не отримує прибутку на 1 грн. капіталу. Єдиний показник, який має позитивну тенденцію, це рентабельність операційної діяльності. В цілому показник рентабельності підприємства зменшується з кожним роком. Зменшення показників рентабельності свідчить про наявність резервів у використанні основних засобів, запасів, трудових ресурсів, тобто факторів інтенсифікації виробництва та діяльності в цілому.

Наступним кроком аналізу є розгляд показників ділової активності підприємства. Показники оборотності активів, оборотності оборотних активів, оборотності запасів та власного капіталу є високими, отже вивільнена частина фінансових ресурсів від обороту цих активів може бути спрямована на інші потреби підприємства. Знизилась оборотність дебіторської заборгованості, що є негативним явищем, адже дебіторська заборгованість не є високоліквідним активом. Завантаженість власного капіталу стала менше, що свідчить про залежність підприємства від залучених коштів.

Доречно проаналізувати ступінь ліквідності балансу. Баланс підприємства вважають абсолютно ліквідним, якщо виконуються наступні співвідношення [21]:

$$A1 \geq П1; A2 \geq П2; A3 \geq П3; A4 \leq П4 \quad (2.1)$$

У 2015 році ліквідність балансу не була абсолютною так як, жодна

нерівність не відповідає потрібним умовам співвідношень, можна сказати, що підприємство у 2015 році було неплатоспроможним.

Ситуація станом на 2016 рік значно покращилась. Розглядаючи перші нерівності можна сказати, що підприємство стало більш платоспроможним, та зріс показник поточної ліквідності. Але зміни торкнулися лише перших двох груп активів и пасивів. Третя та четверта нерівність залишилися без змін, що спричиняє хитку фінансову стійкість на підприємстві. У 2017 році, виконуються перші дві нерівності, але платіжний надлишок має негативну тенденцію, що може призвести до зниження платоспроможності в наступному періоді. Третя та четверта нерівність залишається без змін.

У 2018 році баланс ПАТ «АвтоКрАЗ» не є ліквідним, адже не виконуються жодна з умов. Це пов'язано з перенасиченням балансу важко ліквідними активами, а також малим показником власного капіталу. Тобто підприємство виживає лише за рахунок довгострокових та короткострокових зобов'язань. У 2019 році виконується тільки перша нерівність. В цілому, підприємство є не ліквідним, та має низький показник власного капіталу.

Далі проаналізуємо показники ліквідності. Відбулося збільшення коефіцієнтів ліквідності, що є позитивною тенденцією з наступних причин: коефіцієнт поточної ліквідності показує, що оборотні активи перевищують за величиною поточні зобов'язання. Але у 2017 році показник знову пішов на спад. З цього можна казати, що підприємство ліквідне. У 2018 році підприємство стало менш ліквідним. У 2019 році показник збільшився, але все одно не досяг нормативного значення. Коефіцієнт швидкої ліквідності характеризує яка частина зобов'язань може бути погашена не лише за рахунок грошових коштів, але й за рахунок очікуваних надходжень за відвантажену продукцію. Дебіторська заборгованість займає значну питому вагу. Коефіцієнт абсолютної ліквідності мав тенденцію до збільшення протягом 2015-2017 рр. Це показує, що підприємство в змозі погасити частину поточних зобов'язань активами, які мають абсолютну ліквідність. У 2018 році цей показник зменшився, що є абсолютно негативним явищем, та

констатує, що підприємство не є ліквідним. У 2019 році показник збільшився, на що вплинуло збільшення поточних інвестицій.

В цілому, можна спостерігати, що станом на 2019 рік ПАТ «АвтоКрАЗ» не є ліквідним підприємством. Про це свідчить аналітика, яка приведена на рисунках 2.17 та 2.18. Багато факторів, які говорять про те, що підприємство потенційний банкрут, та має скрутну фінансову ситуацію. Особливо, якщо звернути увагу на розмір власного капіталу.

Після проведення комплексного аналізу фінансової стійкості ПАТ «АвтоКрАЗ» можна зробити висновок, що значення коефіцієнту автономії не перевищує нормативне значення, це свідчить про значну залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, ми можемо бачити, що станом на 2019 рік підприємство фінансується менше ніж на 1% за рахунок власного капіталу. Відповідно збільшилась фінансова залежність.

Спираючись на методику визначення фінансової стійкості, автор зробив висновок, що підприємство ПАТ «АвтоКрАЗ» у 2015 році мало нестійкий фінансовий стан. Це обумовлено тим, що у підприємства збереглась можливість відновлення платоспроможності за рахунок поповнення капіталу та збільшення власних оборотних засобів, а також додаткового залучення довгострокових кредитів.

Станом на 2016 рік фінансову стійкість підприємства можна вважати нормальною, це обумовлено тим, що у цьому періоді гарантувалась платоспроможність, при цьому вартість запасів була менше суми довгострокових джерел формування. При цьому спостерігався високий рівень дохідності та відсутність порушень платіжної дисципліни. 2017 рік показав такі ж результати, як і 2016. Виключенням є зменшення суми власних оборотних коштів. Фінансову стійкість у 2017 році можна вважати нормальною. У 2018 році ситуація погіршилась, що є логічним, адже підприємство стало менш рентабельним та менш ліквідним.

Станом на 2019 рік фінансову стійкість можна вважати нормальною, але це лише за рахунок насичення обігових коштів поточними інвестиціями

та дебіторською заборгованістю. Велика концентрація залученого капіталу робить підприємство більш залежним від довгострокових та короткострокових позик.

Висновок до розділу 2.

1. Приватне акціонерне товариство «АвтоКрАЗ»: гранд автомобільної промисловості України, що входить до десятки провідних світових лідерів з виробництва великовантажних автомобілів; єдиний виробник в Україні вантажівок, що має замкнутий технологічний цикл виробництва.

2. Динаміка обсягів випуску та реалізації продукції ПАТ «АвтоКрАЗ» вказує на те, що протягом 2015-2017 рр. підприємство нарощувало обсяг випуску продукції та її реалізації. Проте динаміка зменшилась протягом 2018-2019 рр. Це є негативним фактором, який показує, що на підприємстві існують проблеми, які впливають на хід виробництва та механізм реалізації продукції та зменшенням держзамовлення.

3. В результаті проведеного аналізу основних ринків збуту ПАТ «АвтоКрАЗ» встановлено, що підприємство у 2015 році більше експортувало продукції у країни далекого зарубіжжя, але у 2016 році ситуація змінилась і більшість продукції було реалізовано внутрішньому ринку. Такі зміни сталися в результаті створення воєнної техніки та потребі в цій техніці. Таким чином станом на 2017 рік низька активність експорту у країни СНД пов'язана у першу чергу з напруженими стосунками з Російською Федерацією, так як саме ця країна виступала найбільшим ринком збуту у 2015 році. Станом на 2018 рік ПАТ «АвтоКрАЗ» працювали як на внутрішній ринок, так й експортували продукцію у країни далекого зарубіжжя. У 2019 році підприємство нарощувало обсяги продажу на внутрішньому ринку.

4. Динаміка основних коефіцієнтів руху та технічного стану основних фондів ПАТ «АвтоКрАЗ» вказує на низький коефіцієнт оновлення, що характеризує низький рівень розвитку впровадження нових технологій та

основних фондів на підприємстві. Проте коефіцієнт вибуття, який у 2019 році збільшився у порівнянні з усіма роками. Це позитивна тенденція, адже на підприємстві не застоюються основні фонди, які не є придатними до застосування.

Коефіцієнт фондівдачі має позитивну тенденцію, що показує раціональне використання основних фондів та підвищення обсягів виробництва. Проте у 2018 та 2019 роках показник фондівдачі зменшився. Це може бути пов'язано з тим, що на підприємстві існує тотальний знос основних фондів. Показник фондоозброєності має позитивну тенденцію.

5. Проаналізувавши динаміку зміни структури активної частини балансу було встановлено, що нематеріальні активи прийняли тенденцію до спаду, теж саме і основні засоби, вартість яких кожен рік зменшується. У свою чергу реальні активи впродовж 2018 та 2019 років зменшилися.

Зменшення інших фінансових інвестицій майже на 50% є негативною тенденцією, і свідчить про недостатню інвестиційну спрямованість діяльності підприємства. Зменшилась первісна вартість основних фондів та збільшився знос. Це свідчить про те, що підприємству необхідні капітальні інвестиції для модернізації та розвитку свого виробництва. У 2019 році показник необоротних активів зменшився. Це є негативним явищем, адже впливає на фондоозброєність підприємства та його потужність. Оборотні активи у свою чергу збільшились. Найбільш ліквідні активи зменшились: гроші та їх еквіваленти. Це негативне явище, яке констатує проблеми з реалізацією продукції на підприємстві.

6. На протязі останніх років фінансову стійкість підприємства можна вважати нормальною, але це лише за рахунок насичення обігових коштів поточними інвестиціями та дебіторською заборгованістю. Велика концентрація залученого капіталу робить підприємство більш залежним від довгострокових та короткострокових позик.

РОЗДІЛ 3.

РОЗВИТОК МЕХАНІЗМУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ПАТ «АВТОКРАЗ» ДО УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

3.1. Оцінка механізму зовнішньоекономічної адаптації на підприємстві

Оцінка механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства ПАТ «АвтоКрАЗ» є досить важливою складовою аналізу. Для того, щоб зробити відповідну оцінку у дипломній роботі пропонується дослідити загрози, можливості, а також сильні та слабкі сторони за допомогою SWOT-аналізу, що є досить ефективним інструментом для дослідження. У другій частині оцінки пропонується провести розрахунок ефективності зовнішньоекономічної діяльності, а точніше експортної діяльності та порівняти показники за останні 5 років.

SWOT-аналіз дозволяє детальніше проаналізувати чинники, які впливають з внутрішнього та зовнішнього середовища на підприємство. Результат аналізу спрямовується на формування бачення щодо дієвості адаптаційного механізму до умов євроінтеграційних процесів, його реакції на загрози, можливості. Дозволяє сформулювати уяву про сильні та слабкі сторони підприємства у питанні адаптації зовнішньоекономічної діяльності [15].

Удосконалення цього механізму є запорукою успіху для подальшого стабільного розвитку експортної діяльності, та створення умов для виходу на нові ринки.

Аналізуючи загрози та можливості, з якими може зустрітися підприємство при реалізації механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності, необхідно виділити, що основними з них є ріст рівня конкуренції, відсутність належного рівня державної підтримки та недостатній рівень науково-технічного прогресу. Ці фактори є силою, яка гальмує розвиток

підприємства та його експортного потенціалу.

Слід відзначити, що для підприємства відкриваються нові можливості, які можуть мати як прямий, так і опосередкований вплив на адаптаційний механізм. Серед важливих можливостей слід виділити залучення додаткових інвестицій, підвищення рівня кваліфікації кадрів та модернізацію основних засобів. Проте, важливо узагальнити усі загрози та можливості для розвитку підприємства у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Загрози та можливості для механізму зовнішньоекономічної адаптації діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ» в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів

Загрози реалізації механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності	Можливості для підняття рівня адаптації зовнішньоекономічної діяльності
Ріст рівня конкуренції, при виході на нові зовнішні ринки	Модернізація та оновлення основних засобів
Залежність від постачальників високотехнологічної продукції	Підвищення рівня кваліфікації кадрів
Відсутність належного рівня державної підтримки зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств	Залучення додаткових інвестицій
Недостатній рівень розвитку бізнес-середовища в країні	Вихід на нові ринки збуту
Низький рівень науково-технічного прогресу машинобудівної галузі	Запровадження відповідних стандартів та підвищення якості продукції
Митна політика, соціальні та культурні особливості інших країн	Участь у різноманітних програмах розвитку підприємництва
Міжнародна політична ситуація	Удосконалення політики збуту

Отже, не враховуючі усіх загроз, які постають перед підприємством, існують можливості для подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Саме ці можливості допоможуть підприємству реалізувати механізм адаптації зовнішньоекономічної діяльності.

Доречно розглянути сильні та слабкі сторони підприємства. Це є дуже

важливим кроком аналізу, адже дозволяє визначити шляхи розвитку підприємства, та напрямки в яких треба вдосконалюватись підприємству.

Таблиця 3.2

Сильні та слабкі сторони ПАТ «АвтоКрАЗ», які мають вплив на впровадження та реалізацію механізму зовнішньоекономічної адаптації

Сильні сторони	Слабкі сторони
Широкий асортимент та номенклатура продукції	Знос основних засобів
Достатня популярність та надійність бренду	Відсутність інвестицій
Наявність єдиного товарного складу	Недостатній рівень якості експортованої продукції
Налагоджені контакти з постачальниками	Низький рівень впровадження нових технологій
Високий рівень рекламної політики	Недостатній рівень кваліфікованості персоналу
Високий рівень після продажного сервісу	Низькі показники власного капіталу
Плідна праця з державою, підтримка з її сторони	Недостатня оптимізація витрат підприємства на виготовлення продукції

З табл. 3.2 можна побачити, що підприємство має більш вагомі слабкі сторони, ніж сильні. Проте, необхідно виділити, що сильні сторони такі, як широкий асортимент та номенклатура продукції є досить вагомими для будь-якого підприємства, адже позбавляє підприємство питання щодо впровадження нових видів продукції. У свою чергу наявність єдиного товарного складу мінімізує витрати на логістику, що відображається у кінцевій вартості продукції. Усі ці пункти є важливим аргументом при впровадженні механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності.

Проте, слабкі сторони є досить проблемною ланкою при аналізі підприємства. Усі перелічені слабкі сторони впливають на ефективність діяльності підприємства, знижуючи її.

Наступним пунктом є безпосередня побудова матриці SWOT-аналізу, яка відображається на табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Матриця SWOT-аналізу

Зовнішнє середовище Внутрішнє середовище	Загрози 1. Ріст рівня конкуренції при виході на нові зовнішні ринки. 2. Залежність від постачальників високотехнологічної продукції. 3. Відсутність належного рівня державної підтримки. 4. Недостатній рівень розвитку бізнес-середовища. 5. Низький рівень науково-технічного прогресу. 6. Митна політика, соціальні та культурні особливості інших країн. 7. Міжнародна політична ситуація	Можливості 1. Модернізація та оновлення основних засобів. 2. Підвищення рівня кваліфікації кадрів. 3. Залучення додаткових інвестицій. 4. Вихід на нові ринки збуту. 5. Запровадження відповідних стандартів, підвищення якості. 6. Участь у різноманітних програмах розвитку підприємництва. 7. Удосконалення політики збуту.
Сильні сторони 1. Широкий асортимент та номенклатура. 2. Достатня популярність бренду. 3. Наявність єдиного товарного складу. 4. Налагоджені контакти з постачальниками. 5. Високий рівень рекламної політики. 6. Високий рівень після продажного сервісу. 7. Плідна співпраця з державою.	Поле ССЗ - Широкий асортимент та номенклатура зберігає конкурентні позиції підприємства. - Високий рівень рекламної політики дозволяє уникнути соціальні та культурні бар'єри в інших країнах. - Налагоджені контакти з постачальниками відіграють важливу роль у зниженні залежності від них. - Плідна праця з державою дозволить отримати відповідну підтримку.	Поле ССМ - Запровадження сучасних стандартів, підвищення якості сприяє розвитку асортименту. - Вихід на нові ринки збуту підвищує популярність бренду. - Залучення додаткових інвестицій є важелем для пошуку нових постачальників. - Підвищення кваліфікації кадрів сприяє підвищенню після продажного сервісу.
Слабкі сторони 1. Знос основних засобів. 2. Відсутність інвестицій. 3. Недостатній рівень якості продукції. 4. Низький рівень впровадження нових технологій. 5. Недостатній рівень кваліфікованості персоналу. 6. Низькі показники власного капіталу. 7. Недостатня оптимізація витрат підприємства на виготовлення продукції.	Поле СлСЗ - Поява нових конкурентів та недостатній рівень якості продукції погіршує конкурентні позиції підприємства. - Знос основних фондів та низький рівень науково-технічного прогресу є проблемою адаптації підприємства до нових умов. - Міжнародна політична ситуація впливає на недостатній рівень оптимізації витрат на собівартість. - Недостатній рівень розвитку бізнес-середовища є результатом низьких показників власного капіталу.	Поле СлСМ - Знос основних фондів можна виправити модернізацією та оновленням. - Залучення додаткових інвестицій сприяє підвищенню технологічного розвитку. - Запровадження новітніх стандартів підвищує якість продукції. - Удосконалення політики збуту дозволяє оптимізувати витрати на виробництво продукції та її збут.

Зробивши SWOT-аналіз підприємства бачимо загрози, можливості для підприємства, його слабкі та сильні сторони. А також проаналізували перспективи розвитку підприємства при перетинанні всіх складових аналізу.

Наступним кроком є аналіз механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Необхідно прослідкувати динаміку зміни показників експортної діяльності.

Для визначення економічної ефективності експортної діяльності на рівні ПАТ «АвтоКрАЗ» була обрана методика, яка запропонована у 1992 році Т.В. Миролубовою [7, 22]. Основа цього методу – це розрахунок сукупності показників: абсолютна ефективність експорту (E_1), економічна ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку (E_2), та ефективність використання виробничих і оборотних фондів під час експорту (E_3).

Отже, абсолютна ефективність експорту можна розрахувати наступним чином [20]:

$$E_1 = \frac{V_{\text{нетто}}}{Z_{\text{екс}}}, \quad (3.1)$$

$V_{\text{нетто}}$ – чиста виручка від реалізації експортованої продукції, тис. грн.;

$Z_{\text{екс}}$ – затрати на виробництво та продаж продукції на експорт, грн.

Економічна ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку розраховується за допомогою наступної формули:

$$E_2 = \frac{Q_{\text{екс}} * C_{\text{вп}}}{Z_{\text{вироб}}} \quad (3.2)$$

$Q_{\text{екс}}$ – обсяг експорту у натуральному вираженні, од.;

$C_{\text{вп}}$ – ціна на продукцію, аналогічну експортованій, на внутрішньому

ринку;

$Z_{\text{вироб}}$ – витрати на виробництво усієї партії експортної продукції, грн.

Тертій показник ефективності використання виробничих і оборотних фондів під час експорту можна розрахувати наступним чином:

$$E_3 = \left(\frac{O_{\text{в.ф.}} + B_p - Z_{\text{екс}}}{O_{\text{в.ф.}} + B_p} * 100\% \right) * \frac{O_{\text{в.ф.}} + B_p}{K_{\text{екс}}}, \quad (3.3)$$

$O_{\text{в.ф.}}$ – гривневий еквівалент відрахувань у валютний фонд підприємства, розрахований перерахунком валютної виручки в гривні за курсом на день надходження валюти, грн.;

$Z_{\text{екс}}$ – повні витрати підприємства на експорт, грн.;

B_p – гривнева виручка від продажу валюти, грн.;

$K_{\text{екс}}$ – середньорічна вартість основних виробничих і оборотних фондів, що використовують у виробництві експортної продукції, грн.

Показники E_1 , E_2 , E_3 слід використовувати для аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства, з метою отримання інформації щодо максимального економічного ефекту від експортних операцій. Розрахувавши ці показники можна робити відповідні висновки. Зокрема, якщо показник $E_1 > 1$ та $E_1 > E_2$, то процес адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємства є дієвим. Якщо навпаки, то можна зробити висновок, що підприємство має деякі складності щодо адаптування своєї діяльності до зовнішніх умов.

Показник E_3 вказує на рівень ефективності використання активів, слід відзначити, що перша частина формули 3.3 вказує, який саме відсоток від результатів експорту підприємства становить прибуток від експорту, а друга частина визначає, скільки разів за досліджуваний період зміг обернутись

авансований на експорт капітал. Можна зробити висновок: чим більші обидві частини формули, тем більше значення показника, більш вигідніший експорт товарів [7].

Узагальнені показники відображені у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Динаміка показників ефективності експортної діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ»

Показник	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Сума реалізації на експорт, грн.	605555000	769000000	705000000	718000000	257000000
Обсяг реалізації, шт.	845	610	518	434	157
Затрати на виробництво та продаж продукції на експорт, грн.	536102000	592740000	483950000	491993001	236908000
Виручка від реалізації товарів на експорт, грн.	69453000	176260000	221050000	226006999	20092000
Ціна на продукцію, грн.	644779	1134726	1268242	1484480	1502385
Відрахування у валютний фонд підприємства, грн.	34726500	88130000	110525000	113003500	10046000
Гривнева виручка від реалізації валюти, грн.	149132	1354179	1921060	3373238	153857
Середньорічна вартість основних виробничих і оборотних фондів, грн.	4735460	5030220	5741797	6210230	6603922
Абсолютна ефективність експорту	0,13	0,30	0,46	0,46	0,08
Економічна ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку	1,02	1,17	1,36	1,31	1,00
Ефективність використання виробничих і оборотних фондів під час експорту	-10585	-10005	-6470	-6048	-3433
Прибуток від експорту	-1437	-562	-330	-323	-2223
Кількість обертів авансового на експорт капіталу	7,36	17,79	19,58	18,74	1,54

Аналізуючи показники, які відображені у таблиці 3.4, можна зробити наступні висновки: абсолютна ефективність експорту має дуже низький рівень. Це свідчить про те, що підприємство не використовує, або має недостатній рівень експортного потенціалу. Слід виділити, що показники не відповідають необхідній умові – $E_1 > 1$.

Щодо економічної ефективності реалізації товарів на внутрішньому ринку, також доречно зазначити, що цей показник не є позитивним для підприємства. Умова $E_1 > E_2$ не виконується, що свідчить про недостатній рівень дієвості механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства до умов поглиблення євроінтеграційного процесу.

Показник використання виробничих та оборотних фондів під час експортної діяльності має від'ємні показники впродовж усього періоду, що аналізується. Тобто підприємство не отримує прибутку від експорту.

Доречно проілюструвати динаміку зазначених показників на рис. 3.1.

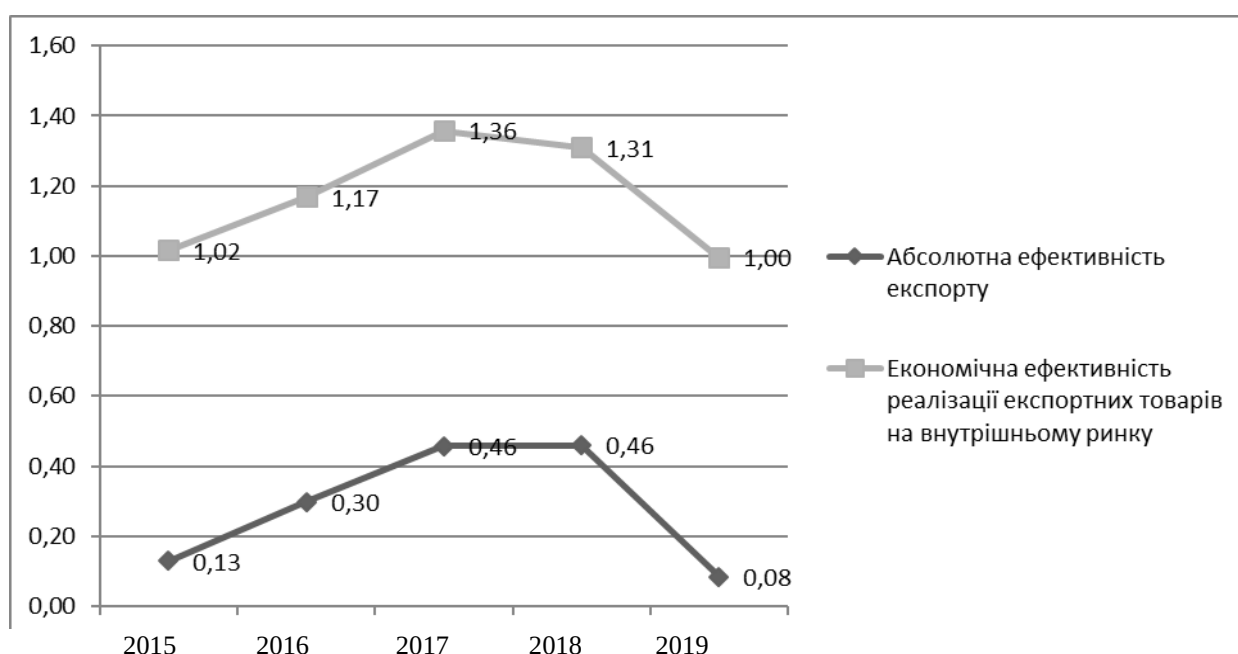


Рис. 3.1 Динаміка показників ефективності експорту

ПрАТ «АвтоКрАЗ»

Виходячи з рис. 3.1 можна проаналізувати, що абсолютна ефективність експорту мала тенденцію зростання у 2016-2018 рр. Це пов'язано з тим, що підприємство збільшувало обсяги реалізації продукції на експорт. Проте, у 2019 році цей показник став майже в 4 рази меншим, адже скоротились обсяги реалізації продукції. Також у 2019 році значно скоротилась виручка від продажу продукції на експорт.

Слід відмітити, що згідно з даними та розрахунком показників дохідність

реалізації експортної продукції на зовнішньому ринку не перевищує дохідність реалізації цієї продукції на внутрішньому.

Виходячи з усього вищевикладеного матеріалу можна зробити висновок, що механізм адаптації зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «АвтоКрАЗ» не працює задовільно. Підприємство не використало усіх наявних можливостей виходу та освоєння нових ринків збуту, налагодження нових контактів з постачальниками.

Динаміку ефективності використання виробничих та оборотних фондів під час експорту проілюстровано на рис. 3.2.

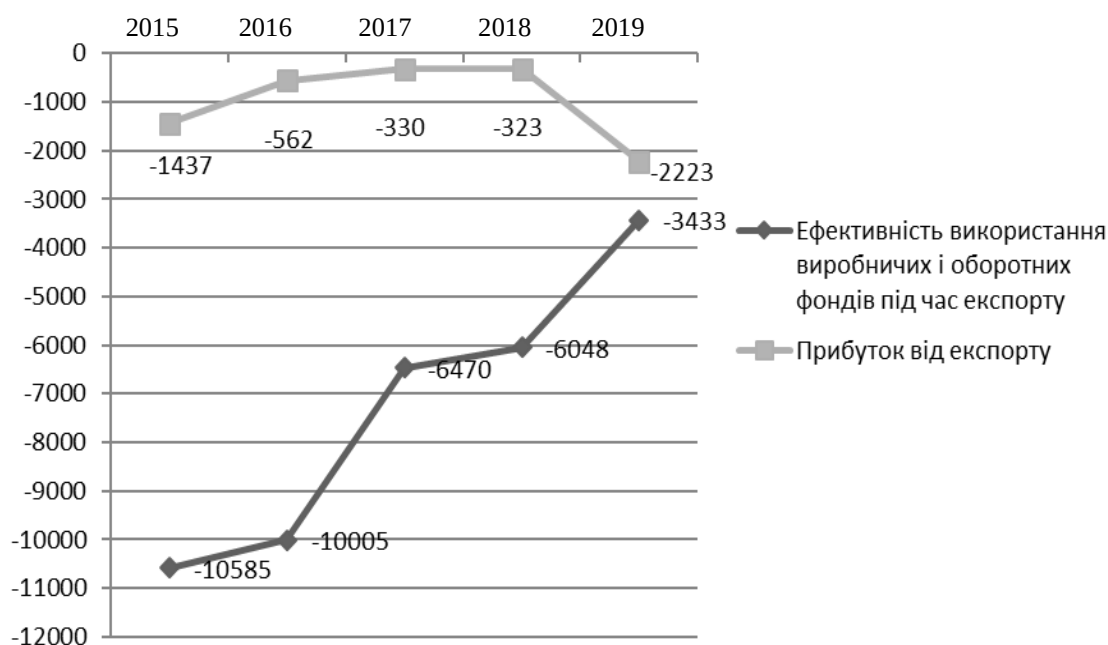


Рис. 3.2 Динаміка зміни ефективності використання виробничих та оборотних фондів під час експорту та прибутку від експорту

Використовуючи дані, що позначені на рис. 3.2, ми бачимо, що обидва показники, які аналізувались є від'ємними протягом усього періоду, який розглядали. Від'ємний показник прибутку від експорту свідчить про те, що підприємство не отримувало прибутку від зовнішньоекономічної діяльності, та є збитковим. Показник ефективності використання виробничих і оборотних фондів під час експорту є також від'ємним, та свідчить, що активи

використовують не ефективно. Усі ці фактори свідчать про відсутність раціональної стратегії щодо ведення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

Виходячи з проведеного аналізу, можемо констатувати, що підприємство не має дієвого механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. Про це свідчать низькі показники експортної торгівлі та показники отримання прибутку від зовнішньоекономічної діяльності.

Проведений SWOT-аналіз показав, що ПАТ «АвтоКрАЗ» має загрози, які у комбінації зі слабкими сторонами можуть негативно впливають на розвиток підприємства. Тому навіть в умовах відкриття нових можливостей для розвитку, підприємству необхідні заходи щодо оптимізації експортної діяльності, та вдосконалення механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності.

3.2. Вдосконалення механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств до євроінтеграційних умов

Аналіз теоретико-методологічних засад формування моделі зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства, та проведене дослідження щодо впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ на формування стратегії адаптації зовнішньоекономічної діяльності має на меті визначити основні напрями та елементи, які допоможуть у формуванні механізму в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів.

На сьогоднішній день підприємства, які відносяться до машинобудівної галузі, як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності можуть гостро реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Фактори, які на це впливають та мають рушійну силу спрогнозувати у більшості випадках неможливо. У свою чергу поглиблення євроінтеграційного процесу в Україні має великий вплив на ефективність зовнішньоекономічних торговельних операцій та вимагає постійного контролю за ним. Це реалізується за допомогою відповідного плану

розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Орієнтованість зовнішньоекономічної діяльності в умовах євроінтеграційних процесів повинна відповідати у першу чергу стратегії розвитку підприємства. Стратегія повинна містити у собі положення щодо адаптації експортної діяльності машинобудівного підприємства до умов євроінтеграційних процесів.

Спираючись на основні положення, які були виведенні у першому розділі, головні цілі вдосконалення механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємства до умов поглиблення євроінтеграційних процесів є:

- вихід на нові ринки збуту продукції, збільшення показників економічного результату, рентабельності від експортної діяльності;
- підвищення рівня конкурентоспроможності на зовнішніх ринках;
- виготовлення унікальної та інноваційної продукції;
- збереження існуючих позицій на європейському ринку шляхом диверсифікації експорту;
- використання переваг, що надає інтеграція у європейське співтовариство;
- налагодження нових зовнішньоекономічних зв'язків, знаходження нових партнерів, підвищення рівня іміджу та бренду в цілому.

Перш за все, необхідно створювати сприятливі умови для підвищення результативності здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Для цього необхідно забезпечити ефективну реалізацію адаптаційної політики підприємства до умов євроінтеграційних процесів.

Адаптація зовнішньоекономічної діяльності повинна здійснюватись згідно принципам, які були зазначені у першому розділі дипломної роботи. Також ці процеси повинні мати постійний характер, та бути досить гнучкими аби швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Дана політика виконує певний набір функцій завдяки чому є досить дієвою, адже може використовуватись у різних ситуаціях на підприємстві. Ці всі факти свідчать про необхідність застосування такого підходу в рамках подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Під впливом дії зовнішнього середовища підприємство може бути готовим до адаптації, використовуючи активну модель або бути пасивним (консервативна модель). Також у практиці зустрічаються підприємства, які використовують вибірккову адаптацію, тобто змішану модель, у якій обирають лише необхідні положення. Слід зазначити, що для комплексної адаптації зовнішньоекономічної діяльності до умов євроінтеграційних процесів необхідно враховувати усі риси адаптаційної поведінки машинобудівного підприємства.

Характеристика моделей адаптації зовнішньоекономічної діяльності більш детально представлена у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Моделі адаптації зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств [17, 32]

Модель адаптації зовнішньоекономічної діяльності відповідно до адаптаційної поведінки підприємства	Характеристика моделі
1	2
Активна	Дана модель характеризується високим темпом адаптації, що полягає у географічній та товарній диверсифікації експорту, впровадженні нових технологій у виробництво, пошуку та залученні інвестицій, формуванні нових підходів до управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві
Консервативна	При консервативній моделі, підприємство залишається пасивним під впливом факторів зовнішнього середовища на його зовнішньоекономічну діяльність. При цьому принципи, методи та форми діяльності на зовнішньому ринку залишаються фактично не змінними, а адаптація стосується лише роботи окремих підрозділів
Змішана	При змішаній моделі зовнішньоекономічна адаптація здійснюється вибірково, зберігаючи елементи як активної, так і консервативної моделей. Тобто, підприємство може не міняти товарну структуру експорту, але намагатись знаходити нові ринки збуту у разі зменшення попиту на традиційних ринках

Розглянувши існуючі моделі адаптації зовнішньоекономічної діяльності, на думку автора для ПАТ «АвтоКрАЗ» найліпшим варіантом була б активна модель.

Ця модель дозволяє вирішити проблемні аспекти діяльності підприємства та повністю активізувати експортну діяльність, користуючись усіма можливостями, які надає євроінтеграційний процес.

Однак, треба зазначити, що для ПАТ «АвтоКрАЗ» вибір моделі зовнішньоекономічної адаптації повинен залежати від наступних факторів:

- бачення плану адаптації керівництвом підприємства, та доцільність тих чи інших заходів;
- можливості підприємства застосовувати зазначені заходи у своїй адаптаційній моделі.

Дуже часто виникає ситуація при якій підприємство не в змозі застосовувати деякі заходи. На це впливає такі фактори як: недостатній рівень розвитку підприємства, незадовільний стан основних засобів, недостатній рівень кваліфікованості кадрів, низька якість продукції.

Одним з ключових факторів побудови дієвого механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності є налагоджена система. У цій системі приймають участь як об'єктивні складові, так і суб'єктивні.

Таким чином, виробничий процес, продукція, технології, система менеджменту – це все, що треба враховувати при побудові механізму.

Такі суб'єкти як керівники, спеціалісти, працівники, спеціально створені групи повинні відігравати провідну роль у формуванні даної системи.

Адже з інформації, які подають дані суб'єкти формується бачення щодо дієвості механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності.

Отже для того, щоб розробити ефективний механізм та адаптувати підприємство до чинників зовнішнього середовища та скористатися можливостями євроінтеграційного процесу необхідно побудувати систему з наявністю дієвих складових.

Система складових для формування адаптаційного механізму ПАТ «АвтоКрАЗ» представлена на рис. 3.3.

З метою комплексного розвитку господарської діяльності підприємства, система, яка наведена вище, повинна підтримувати також й інші складові:

охорону праці на підприємстві, удосконалення управлінського підходу, удосконалення якості, оптимізація екологічної складової та енергоефективності підприємства.

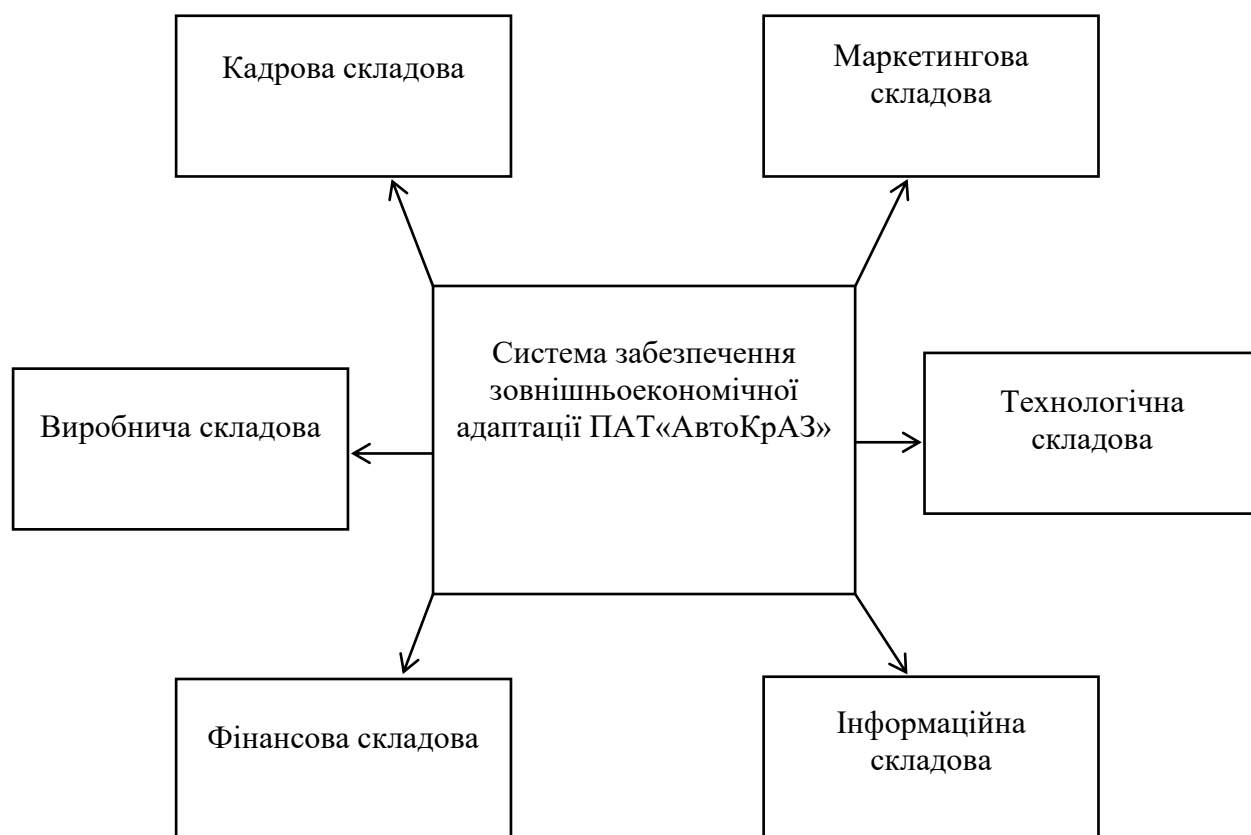


Рис. 3.3 Складові системи, яка формує механізм адаптації зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ» [складено на основі 33]

Для ПАТ «АвтоКрАЗ» пропонується також застосування концепцій, які могли б активізувати зовнішньоекономічну діяльність в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. Однією з таких концепцій є «Шість сигм». Ця концепція була запропонована у 1986 році, та користується популярністю по сьогоднішній день [37].

Ця концепція дозволяє удосконалити систему роботи виробничого процесу, та активізувати створення нових проектів продукції, мінімізуючи затрати та досягаючи максимально високого рівня якості. Модель, яка буде запропонована ПрАТ «АвтоКрАЗ» буде будуватися на основі методології «DMAIC» (Define, Measure, Analyze, Improve, Control), яка відображається на

рис. 3.4.

На нашу думку, якщо ПАТ «АвтоКрАЗ» запровадить концепцію «Шість сигм», то може значно підвищити рівень конкурентоспроможності за рахунок виготовлення більш якісної продукції, оптимізації виробничого процесу та активізації зовнішньоекономічної діяльності. Ці всі фактори мають прямий вплив на підвищення економічних результатів та підвищення рентабельності в цілому.

Політика зовнішньоекономічної адаптації підприємства загалом передбачає розробку та впровадження адаптаційних заходів, які повинні реалізовуватися в контексті реалізації самого механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів.

Перед тим, як почати формування або вдосконалення даного механізму необхідно визначити основні вимоги, яким він повинен відповідати:

- цілі, які ставляться перед адаптаційним механізмом повинні бути реальними та мати конкретні терміни їх досягнення;
- адаптаційна політика має містити у собі відповідні положення та дії, які мають на меті досягнення поставлених цілей;
- кінцевий результат реалізації адаптаційної політики – досягнення конкретного результату, точніше, підвищення рівня зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Формуючи загальну стратегію розвитку, підприємству необхідно включати експортний план до основних методів досягання цілей. По-перше, керівництво підприємства повинно усвідомлювати наскільки важливим є реалізація механізму зовнішньоекономічної адаптації. По-друге, розробка механізму повинна базуватись на основних принципах стратегічного планування. По-третє, необхідно усвідомлювати, що основний ресурс – це персонал підприємства. Термін експортного плану повинен бути розроблений не менше, ніж на 5-7 років.

Можливі адаптаційні заходи для ПАТ «АвтоКрАЗ» відображені на рис. 3.5.

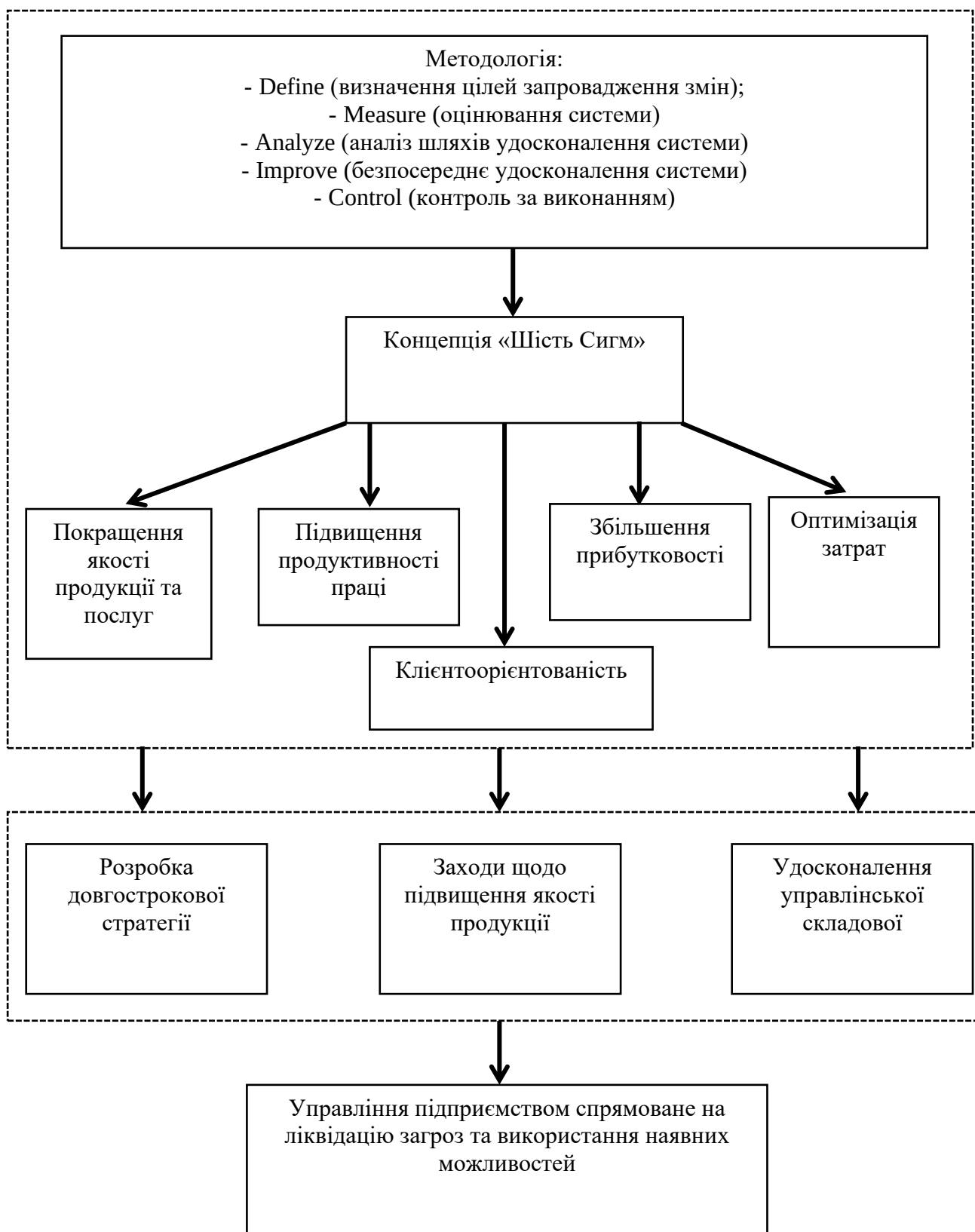


Рис. 3.4. Концепція «Шість Сигм» спрямована на активізацію зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ» в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів [адаптовано на основі 38, 39]

Виходячи з аналізу теоретико-методологічних засад формування механізму

адаптації зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства необхідно зазначити, що впродовж усього процесу формування та вдосконалення адаптаційної політики для ПАТ «АвтоКрАЗ» повинні виконуватися наступні етапи:

1) аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ для виявлення потенційних загроз та можливостей підприємства (в умовах євроінтеграційного процесу цей етап є важливим, адже дає чітке уявлення які, та яким чином, фактори можуть впливати на експортну діяльність підприємства та його експортний потенціал);

2) аналіз динаміки та ефективності здійснення експортної торгівлі на підприємстві (необхідно проводити постійний моніторинг показників зовнішньоекономічної діяльності);

3) визначення рівня адаптаційного потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємства (цей етап дозволяє визначити, які основні адаптаційні заходи необхідні підприємству для формування механізму);

4) дослідження зовнішніх ринків, визначення кон'юнктури та конкурентних позицій підприємства (цей етап є одним з найважливіших етапів, тому що дає можливість зрозуміти які є можливості у підприємства для успішного виходу на нові ринки збуту);

5) визначення цілей формування механізму зовнішньоекономічної адаптації машинобудівного підприємства;

6) вибір моделі запровадження зовнішньоекономічної адаптації, її обґрунтування та доцільність;

7) забезпечення функціонування усіх необхідних складових, які формують механізм адаптації;

8) впровадження сформованого механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності до умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

Проаналізувавши усі етапи формування механізму адаптації ЗЕД машинобудівних підприємств, можна запропонувати модель вдосконалення механізму для ПАТ «АвтоКрАЗ» (рис. 3.6).

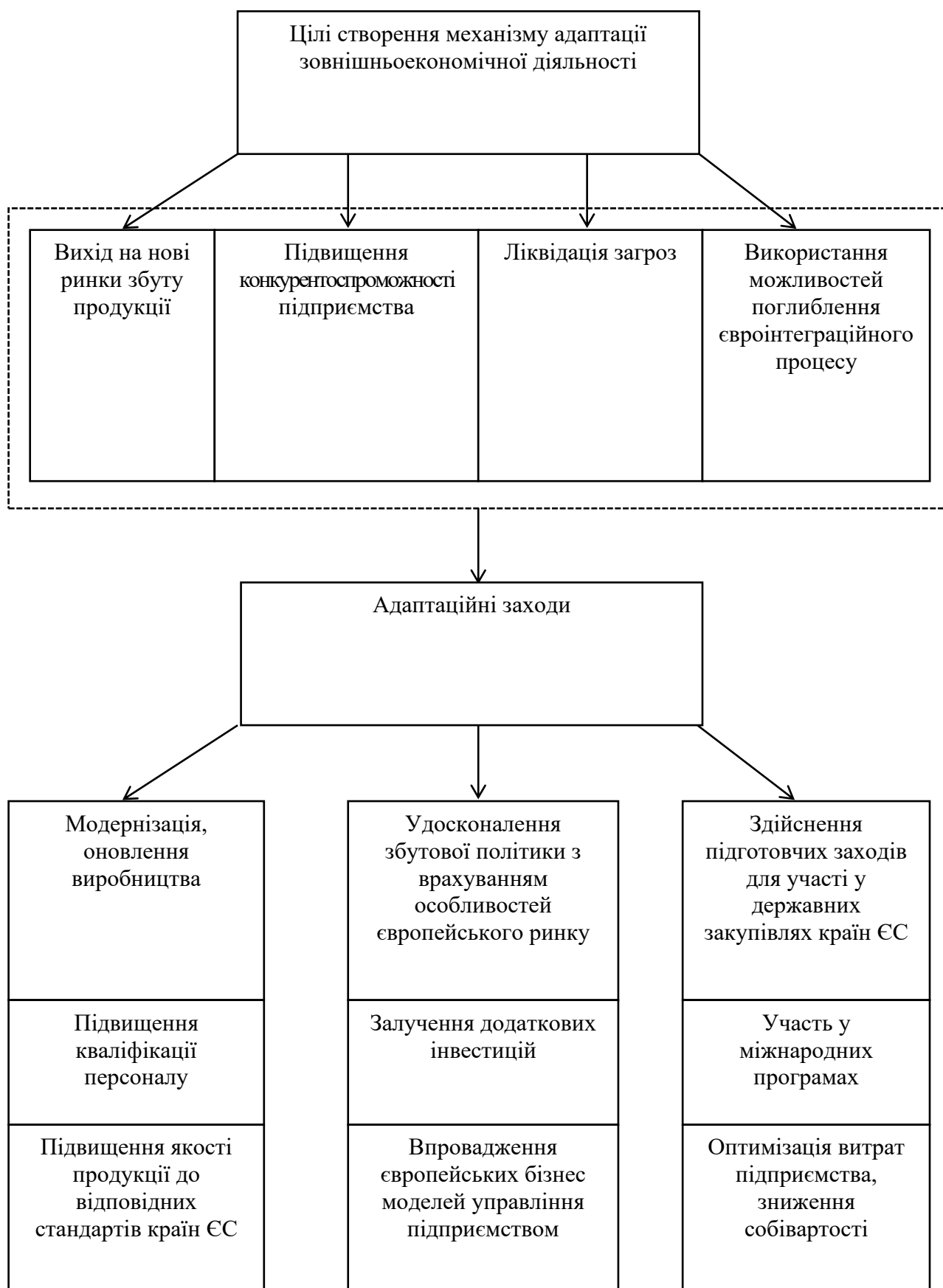


Рис. 3.5 Адаптаційні заходи для активізації механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ»

Таким чином, виходячи з рис. 3.6, можна стверджувати, що механізм зовнішньоекономічної адаптації, яка буде побудована з урахуванням усіх факторів, які можуть впливати на неї, буде максимально обґрунтованою та об'єктивною.

В умовах розвитку зовнішньоекономічних можливостей даний механізм дасть змогу врахувати усі необхідні умови, такі як: якість, економічна обґрунтованість, кон'юнктура на зовнішньому ринку, стан машинобудівного підприємства, його можливості, та загрози.

Адаптаційні процеси мають велике значення у житті промислових підприємств. Це є підґрунтям для виходу підприємства на нові ринки та впровадження нових технологій та засобів виробництва. Вони мають свої функції, принципи та види, які у свою чергу допомагають формувати необхідну базу для подальшого розвитку підприємства.

Політика адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємства є досить важливою ланкою у побудові організаційної структури діяльності підприємства.

За допомогою впровадження такої політики у машинобудівного підприємства з'являється багато можливостей, які можуть позитивно впливати на його потенціал. Але треба враховувати ризики, які можуть бути при реалізації даної політики.

Найголовніше те, що дана політика вимагає чіткої структури та визначення основних елементів, які її формують. Дотримання цих умов допоможе підприємству стабілізувати свою діяльність, та стимулювати його до скорішої інтеграції у європейській економічний простір.

Можна зробити висновок, що для вдосконалення механізму зовнішньоекономічної адаптації ПАТ «АвтоКрАЗ» необхідно провести низку заходів, які сформулюють основні положення цього механізму, та шляхи його розвитку.

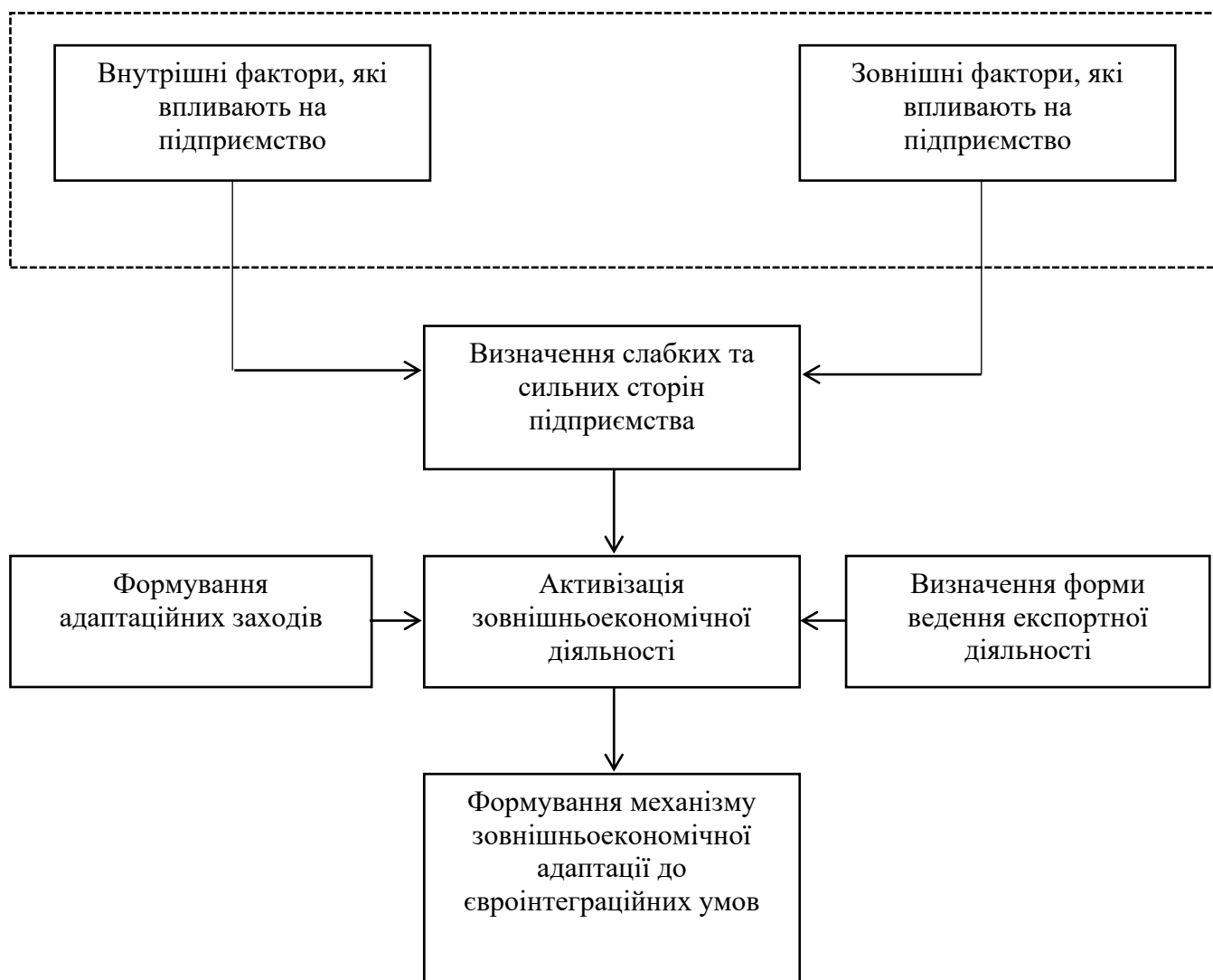


Рис. 3.6 Модель вдосконалення механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств до євроінтеграційних умов

На даний час експортна діяльність підприємства має низькі показники, та не є ефективною, це означає, що підприємство не користується можливостями поглиблення євроінтеграційного процесу, та має не дієвий механізм зовнішньоекономічного пристосування до нових умов.

Висновки до розділу 3.

1. Поглиблення євроінтеграційного процесу в Україні, а саме підписання Угоди про асоціацію з ЄС та створення зони вільної торгівлі надає значні переваги для вітчизняних машинобудівних підприємств. Саме тому стимулювання експортної діяльності, яка має на меті підвищення рівня

конкурентоздатності на внутрішньому та зовнішніх ринках можливе лише за умови існування дієвого механізму адаптації підприємства.

2. Оцінка механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства ПАТ «АвтоКрАЗ» є досить важливою складовою аналізу. Для того, щоб зробити відповідну оцінку у дипломній роботі пропонується дослідити загрози, можливості, а також сильні та слабкі сторони за допомогою SWOT-аналізу, що є досить ефективним інструментом для дослідження. У другій частині оцінки пропонується провести розрахунок ефективності зовнішньоекономічної діяльності, а точніше експортної діяльності та порівняти показники за останні 5 років.

3. В результаті проведеного аналізу сильних та слабких сторін ПАТ «АвтоКрАЗ», які мають вплив на впровадження та реалізацію механізму зовнішньоекономічної адаптації встановлено, що підприємство має більш вагомі слабкі сторони, ніж сильні. Проте, необхідно виділити, що сильні сторони такі, як широкий асортимент та номенклатура продукції є досить вагомими для будь-якого підприємства, адже позбавляє підприємство питання щодо впровадження нових видів продукції. Проте, слабкі сторони є досить проблемною ланкою при аналізі підприємства. Усі перелічені слабкі сторони впливають на ефективність діяльності підприємства, знижуючи її.

4. Для визначення економічної ефективності експортної діяльності на рівні ПАТ «АвтоКрАЗ» була обрана методика розрахунку сукупності показників: абсолютна ефективність експорту (E_1), економічна ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку (E_2), та ефективність використання виробничих і оборотних фондів під час експорту (E_3). В результаті проведеного аналізу встановлено:

- абсолютна ефективність експорту має дуже низький рівень. Це свідчить про те, що підприємство не використовує, або має недостатній рівень експортного потенціалу;

- економічної ефективності реалізації товарів на внутрішньому ринку не є позитивним для підприємства. Умова $E_1 > E_2$ не виконується, що свідчить про

недостатній рівень дієвості механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємства до умов поглиблення євроінтеграційного процесу;

- показник використання виробничих та оборотних фондів під час експортної діяльності має від'ємні показники впродовж усього періоду, що аналізується. Тобто підприємство не отримує прибутку від експорту.

5. Для формування механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ» запропоновано наступні етапи:

- аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ для виявлення потенційних загроз та можливостей підприємства в умовах євроінтеграційного процесу;

- аналіз динаміки та ефективності здійснення експортної торгівлі;

- визначення рівня адаптаційного потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- дослідження зовнішніх ринків, визначення кон'юнктури та конкурентних позицій;

- визначення цілей формування механізму зовнішньоекономічної адаптації;

- вибір моделі запровадження зовнішньоекономічної адаптації, її обґрунтування та доцільність;

- впровадження сформованого механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності до умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

6. Проаналізувавши усі етапи формування механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств, запропоновано модель вдосконалення механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності для ПАТ «АвтоКрАЗ».

В умовах розвитку зовнішньоекономічних можливостей даний механізм дасть змогу врахувати усі необхідні умови, такі як: якість, економічна обґрунтованість, кон'юнктура на зовнішньому ринку, стан машинобудівного підприємства, його можливості, та загрози.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження теми «Розвиток механізму зовнішньоекономічної адаптації підприємств машинобудівної галузі України до умов євроінтеграційних процесів» на прикладі ПАТ «АвтоКрАЗ», сформовано наступні висновки і пропозиції.

1. На сьогоднішній день українські промислові підприємства знаходяться у фазі налагодження зовнішньоекономічної діяльності. Це викликано у першу чергу відкриттям нових ринків збуту, завдяки євроінтеграційним процесам, які відбуваються у суспільстві. Тому постає важлива місія для кожного експорторієнтованого підприємства: планування та розробка політики зовнішньоекономічної адаптації. Це є невід'ємною складовою для будь-якого підприємства.

2. Поняття «адаптація» сьогодні є досить невизначеним терміном. На це впливає недостатній досвід виходу на нові ринки збуту вітчизняних підприємств. Загальне визначення можна сформулювати так: адаптація – це одна з форм, яка відображає вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство та дозволяє встановлювати рівновагу між цим впливом.

3. . Політика зовнішньоекономічної адаптації – це політика, яка являє собою набір інструментів та заходів, які спрямовані на реалізацію пристосування підприємства до відповідних умов, з метою збереження або посилення позицій як на внутрішньому, так й на зовнішньому ринках. За умов поглиблення євроінтеграційних процесів політика зовнішньоекономічної адаптації підприємства має на меті наступні завдання: 1. Використання усіх можливостей, які пов'язані з євроінтеграційним процесом. 2. Мінімізація ризиків, які впливають на підприємство опосередковано через євроінтеграційні процеси.

4. В результаті проведеного аналізу встановлено, що експортна діяльність підприємств галузі машинобудування має негативні ознаки. У першу чергу це проявляється у тому, що імпортні операції мають набагато вищі показники,

тобто існує від'ємне сальдо. Від'ємне сальдо експортно-імпортних операцій у першу чергу показує, що галузь машинобудування більше купує, ніж продає. Свідчить про недостатню якість товарів, що експортуються; проблеми пов'язані з перепонами у реалізації експортних операцій.

Машинобудівним підприємствам необхідно оновлювати свої основні засоби, технології виробництва та асортимент для того, щоб бути досить конкурентоздатними на зовнішньому ринку.

5. . Приватне акціонерне товариство «АвтоКрАЗ»: гранд автомобільної промисловості України, що входить до десятки провідних світових лідерів з виробництва великовантажних автомобілів; єдиний виробник в Україні вантажівок, що має замкнутий технологічний цикл виробництва.

6. Динаміка обсягів випуску та реалізації продукції ПАТ «АвтоКрАЗ» вказує на те, що протягом 2015-2017 рр. підприємство нарощувало обсяг випуску продукції та її реалізації. Проте динаміка зменшилась протягом 2018-2019 рр. Це є негативним фактором, який показує, що на підприємстві існують проблеми, які впливають на хід виробництва та механізм реалізації продукції та зменшенням держзамовлення.

7. В результаті проведеного аналізу техніко-економічних показників встановлено: обсяг торгової та реалізованої продукції зменшився протягом 2015-2019 рр., що свідчить про зменшення ефективності використання основних фондів підприємства; основні засоби є проблемною частиною в аналізі підприємства, адже станом на 2019 рік існує тотальний знос, який супроводжується низьким коефіцієнтом оновлення. Тобто підприємство потребує модернізації, яка у свою чергу може бути реалізована за допомогою інвестицій у виробництво та розвиток інфраструктури підприємства. Таким чином, підприємство переживає не найкращий період свого існування, на який впливають багато зовнішніх та внутрішніх факторів.

8. Станом на 2019 рік ПАТ «АвтоКрАЗ» не є ліквідним підприємством. Про це свідчить аналітика, яка приведена на рисунках 2.17 та 2.18. Багато факторів, які говорять про те, що підприємство потенційний банкрут, та має

скрутну фінансову ситуацію. Особливо, якщо звернути увагу на розмір власного капіталу. Велика концентрація залученого капіталу робить підприємство більш залежним від довгострокових та короткострокових позик.

9. В результаті проведеного аналізу сильних та слабких сторін ПАТ «АвтоКрАЗ», які мають вплив на впровадження та реалізацію механізму зовнішньоекономічної адаптації встановлено, що підприємство має більш вагомі слабкі сторони, ніж сильні. Проте, необхідно виділити, що сильні сторони такі, як широкий асортимент та номенклатура продукції є досить вагомими для будь-якого підприємства, адже позбавляє підприємство питання щодо впровадження нових видів продукції. Проте, слабкі сторони є досить проблемною ланкою при аналізі підприємства. Усі перелічені слабкі сторони впливають на ефективність діяльності підприємства, знижуючи її.

10. Для формування механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «АвтоКрАЗ» запропоновано наступні етапи: аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ; аналіз динаміки та ефективності здійснення експортної торгівлі; визначення рівня адаптаційного потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємства; дослідження зовнішніх ринків, визначення кон'юктури та конкурентних позицій; визначення цілей формування механізму зовнішньоекономічної адаптації; вибір моделі запровадження зовнішньоекономічної адаптації, її обґрунтування та доцільність; впровадження сформованого механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності до умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

11. Запропоновано модель вдосконалення механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності для ПАТ «АвтоКрАЗ» дасть змогу врахувати усі необхідні умови, такі як: якість, економічна обґрунтованість, кон'юнктура на зовнішньому ринку, стан машинобудівного підприємства, його можливості та загрози.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>
2. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств : навч. посібник [для самост. вивч. дисципліни]. / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко. - 3-тє вид., виправл. і доп. - К. : Знання-Прес, 2009. - 299 с. - ISBN 978-966-311-073-8.
3. Алексєєв С. Б. Формування адаптивного управління підприємствами вугільного машинобудування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація та управління підприємствами" / С. Б. Алексєєв. – Донецьк, 2003. – 23 с.
4. Аналіз ділової активності підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://library.if.ua/book/52/3823.html>.
5. Білошкурська Н. В. Моделі адаптивної поведінки та їх роль у формуванні економічної безпеки підприємства / Н. В. Білошкурська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12 (114). – С. 101-105.
6. Болюх М. А. Економічний аналіз: навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатов та ін. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
7. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Львів, 2004. – 140 с. – (Афіша).
8. Головне управління статистики у Полтавській області [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.pl.ukrstat.gov.ua/>
9. Горизонтальний і вертикальний аналіз бухгалтерського балансу [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://epi.cc.ua/242-gorizontalnyiy-vertikalnyiy-analiz-21395.html>.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
11. Кендюхов О. В. Можливості та напрями розвитку експортної

діяльності підприємств в умовах інтеграції України в європейський економічний простір / О. В. Кендюхов, В. П. Залізнюк // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2015. - № 2. - С. 91-96.

12. Кириченко О. М. Наслідки вступу країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ) до ЄС та використання їх досвіду в процесі інтеграції України до європейської спільноти / О. М. Кириченко // Сучасні питання економіки і права. - 2013. - № 2. - С. 74-78.

13. Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А. В. Козаченко, В. П. Пономарев, А. Н. Ляшенко., 2003. – 280 с.

14. Крисько Ж. Л. Адаптація підприємства до зовнішнього середовища через механізм реструктуризації / Жанна Крисько // Галицький економічний вісник. - 2009.- № 2. - С. 38-42.- (проблеми мікро- та макроекономіки України).

15. Куліков П. М. Теоретичні основи адаптації підприємства до мінливості оточуючого середовища / М. Куліков // Бізнес-інформ. – 2010. – Т. 1. – № 5. – С. 56-58.

16. Кушнір Н. О. Асоціація Україна - ЄС: потенційні вигоди та можливі ризики для економіки України / Н. О. Кушнір, Б. І. Дяченко // Науковий вісник Ужгородського університету. - 2014. - Вип. 2. - С. 224-228.

17. Лепейко Т.І. Адаптаційний потенціал підприємства в конкурентному середовищі / Т. І. Лепейко, К. В. Кривобок // Економічний аналіз. - 2015. - Т. 20. - С. 245-250.

18. Марцин В. С. Економіка торгівлі: Підручник. – (2-ге вид., випр. і доп.) / В. С. Марцин., 2008. – 603 с.

19. Мельник А.О. Становлення та розвиток поняття “адаптація підприємства / А.О. Мельник // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2004. – Ч. 2, Т. 2., № 1. – С. 135–138.

20. Мельник О.Г. Індикатори оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. Г.

Мельник, Ю. Л. Логвиненко // Національний університет “Львівська політехніка”. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/35536/1/19_124-130.pdf.

21. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник. / В. О. Мец., 1999. – 132 с. – (ISBN 966—574—137—3).

22. Миролубова Т.В. Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятия в условиях рыночной экономики: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – Екатеринбург, 1992.

23. Михайлов А. М. Інтеграція України: напрями, переваги, недоліки / А. М. Михайлов // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2013. - Вип. 113. Ч II. - С. 131-136.

24. Наказ Міністерства економіки «Про затвердження методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» від 19.01.2006р. №14 (Зі змінами внесеними згідно з наказом Міністерства економіки №18 від 06.03.2006 р.) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

25. Орлова К. Є. Формування організаційно-економічного механізму адаптації промислових підприємств до зовнішнього середовища / Катерина Євгеніївна Орлова. // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2015. – С. 238–249.

26. Осадча Н. В. Угода про асоціацію та зону вільної торгівлі з ЄС: перспективи та небезпеки / Н. В. Осадча // Економічний вісник Донбасу. - 2013. - № 3 (33). - С. 120-131.

27. Офіційний сайт ПрАТ «КрАЗ» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.autokraz.com.ua>

28. Павлов К. В. Україна на шляху інтеграції до Європейського Союзу. Вигоди та загрози / К. В. Павлов // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

РОЗДІЛ II. Європейська інтеграція: досвід Польщі та України. - № 10. - 2013.

- С. 180-184.

29. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доп. / П. Я. Попович., 2008. – 630 с. – (Вища освіта XXI століття).

30. Про підприємство [Електронний ресурс]: база даних / КрАЗ. Офіційний сайт. – Електрон. дані. – Кременчук, 2014 – Режим доступу: <http://www.autokraz.com.ua/>

31. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. - 3-тє вид., випр. і доп. / Г. В. Савицька., 2007. – 668 с. – (Вища освіта XXI століття). – (ISBN 966-346-291-4).

32. Семенюк І. Ю. Механізм зовнішньоекономічної адаптації підприємств до умов євроінтеграційного процесу : дис. канд. ек. наук : 08.00.04 / Семенюк Ірина Юріївна – Хмельницький, 2018. – 269 с.

33. Семенюк І. Ю. Формування складників механізму адаптації зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах європейської інтеграції [Електронний ресурс] / Ірина Юріївна Семенюк // Приазовський економічний вісник. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/5_05_uk/5_05_2017.pdf#page=31.

34. Сібекіна А. Ю. Проблеми висвітлення основних параметрів та переваг майбутньої Угоди про асоціацію між Україною та ЄС / А. Ю. Сібекіна // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2013. - Вип. 115. - Ч. I. - С. 151-157.

35. Чиженкова Е.В. Формирование экономического механизма адаптации хозяйствующего субъекта к рыночной среде: Автореф. канд. экон. наук. – М., 2006. Режим доступу до джерела: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/problemy_adaptacii_pre_dpriyatiya_k.html

36. Чичкало-Кондрацька І. Б. Розвиток експортного потенціалу регіону в контексті укладання Угоди про зону поглибленої вільної торгівлі

Між Україною та ЄС / І.Б.Чичкало-Кондрацька, Л.М. Радченко // БізнесІнформ. - 2012. - № 5. - С. 42-46.

37. Шість сигма [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%81%D0%B8%D0%B3%D0%BC%D0%B0.

38. Johanson, J. and Wiedersheim-Paul, F. (1975), "The internationalisation of the firm - four Swedish cases", Journal of Management Studies, Vol. 12 No. 3, pp. 305-322.

39. T. Pyzdek (2003), The Six Sigma Hand Book, McGraw-Hill, p. 4, 32, 99-100.