

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

***«Обґрунтування напрямів підвищення
ефективності зовнішньоекономічної діяльності
машинобудівних підприємств України»***

Виконав: здобувач II курсу, групи МЕВкр-19вм
ОПП з міжнародних економічних відносин
Спеціальності 292 Міжнародні економічні
відносини

(шифр і назва)

Войтенко О.С.

(прізвище, ініціали)

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

(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

Войтенко Ользі Сергіївні

(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи «Обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України»

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

(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-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Місце і роль зовнішньоекономічної діяльності в роботі підприємств

1.2. Особливості аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств

1.3. Стан зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудівної галузі України

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КОЛІСНИЙ ЗАВОД»

2.1. Техніко-економічні показники діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод»

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства ПРАТ «Кременчуцький колісний завод»

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КОЛІСНИЙ ЗАВОД»

3.1. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод»

3.2. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної

діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод»
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

6. Консультанти розділів роботи:

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

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

_____ Войтенко О.С.
підпис

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Сокуренко П.І.
підпис

АНОТАЦІЯ

Войтенко О. С. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України.

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 поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства; розкрито особливості аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств; досліджені фактори, що впливають на ефективність зовнішньоекономічної діяльності. Проведена оцінка господарської діяльності підприємства ПрАТ «Кременчуцький колісний завод» та його зовнішньоекономічних операцій. За результатами проведеного аналізу визначено резерви підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства та економічно обґрунтовано ефективності запропонованих заходів щодо покращення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, зовнішньоторговельні операції, міжнародна торгівля, ефективність, зовнішньоекономічні зв'язки, ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

SUMMARY

Voytenko O. Justification ways of increasing efficiency of foreign economic activity of machine-building enterprises of Ukraine.

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

The qualification paper highlights: the essence of the concept of foreign economic activity of the enterprise; features of the analysis of foreign economic activity of the enterprises is revealed; the factors influencing efficiency of foreign economic activity are investigated. Evaluation of business enterprise PJSC «Kremenchug Wheel Plant» and its foreign operations are conducted.

Due to the results of the analysis, the reserves for increasing the efficiency of the foreign trade activity of the enterprise are determined and the efficiency of the proposed measures to improve the foreign economic activity of the enterprise is economically substantiated.

Keywords: foreign economic activity of the enterprise, foreign trade operations, international trade, efficiency, foreign economic relations, efficiency of foreign economic activity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	9
1.1. Місце і роль зовнішньоекономічної діяльності в роботі підприємств.....	9
1.2. Особливості аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств.....	15
1.3. Стан зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудівної галузі України.....	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КОЛІСНИЙ ЗАВОД».....	32
2.1. Техніко-економічні показники діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод».....	32
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства ПРАТ «Кременчуцький колісний завод».....	41
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КОЛІСНИЙ ЗАВОД».....	55
3.1. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод».....	55
3.2. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод».....	63
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74

ВСТУП

У цих умовах сучасного етапу розвитку світового ринку зовнішньоекономічна діяльність стає усе більш помітною складовою частиною господарської діяльності підприємств і організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому і науково-технічному співробітництві з партнерами із зарубіжних країн. Сфера господарської діяльності підприємства, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічної кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок визначається як його зовнішньоекономічна діяльність.

Зовнішньоекономічна діяльність є однією з важливих частин економічного процесу на макро- та мікрорівнях. Її розвиток допомагає країні посилити свою позицію на зовнішніх ринках та підвищити економічний потенціал.

Реалізація цілей зовнішньоекономічної діяльності в умовах глобалізації передбачає стратегічний рівень управління діяльністю, що включає, в тому числі рішення, пов'язані з визначенням можливості і форми виходу на зарубіжні ринки, вибір цільових сегментів, способи проникнення на них, обізнаності з вимогами замовника інших країн і т.д

Інтеграційні процеси України потребують перегляду існуючих підходів до процесів аналізу зовнішньоекономічної діяльності, методика та організація яких має відповідати світовим стандартам.

Дослідженням обраної теми займалися такі вчені-економісти як М. Д. Пазух, О. П. Гребельник, М. І. Дідковський, Л. О. Кадуріна, А. М. Кандиба, Ю. Г. Козак, В. В. Козик, Н. С. Логвінова, Л. Є. Стровський, О. І. Яковлев.

Сучасні підприємства мають орієнтуватися не тільки на вітчизняний ринок, але і на зовнішній. Тому актуальність даної дипломної роботи пояснюється тим, що ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє підвищенню конкурентоспроможності українського виробництва на світових ринках, залученню вигідних іноземних інвестицій та відтворенню експортного

потенціалу країни.

Метою роботи є дослідження особливостей аналізу зовнішньоекономічної діяльності та обґрунтування напрямів підвищення ефективності покращення зовнішньоекономічної на ПрАТ «Кременчуцький колісний завод».

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити наступні завдання:

- дослідити сутність, види та завдання зовнішньоекономічної діяльності;
- розкрити особливості аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- розглянути ефективність державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- дослідити фактори, що впливають на ефективність зовнішньоекономічної діяльності;
- проаналізувати техніко-економічні показники та фінансовий стан підприємства в цілому;
- обґрунтувати напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

Об'єктом дослідження є аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, практичних знань зовнішньоекономічної діяльності та відносини, що виникають в процесі управління нею.

Методи дослідження. У процесі написання кваліфікаційної роботи широко використовувалися методи спостереження та порівняння, формалізації, узагальнення, систематизації, класифікації, аналізу та синтезу, методи кількісного, якісного та абстрактно-логічного аналізу, метод експертних оцінок та інтегральний метод оцінювання ризику.

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених з проблем управління ризиками в діяльності

підприємства, офіційні матеріали Державної служби статистики України, дані фінансової та статистичної звітності ПрАТ «Кременчуцький колісний завод».

Наукова новизна отриманих результатів. Наукова новизна отриманих результатів в кваліфікаційній роботі полягає в уточненні вимірювання оцінки аналізу ефективності ЗЕД підприємства.

Практичне значення одержаних результатів. Практична значимість дослідження полягає в тому, що в роботі обґрунтуванні напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Кременчуцький колісний, що дозволить підприємству значно розширити зовнішньоторговельні зв'язки.

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 пропозицій та списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 73 стор. Робота включає 15 таблиць, 7 рисунків, 5 формул. Список використаних джерел містить 34 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Місце і роль зовнішньоекономічної діяльності в роботі підприємств

Сучасний етап розвитку світового ринку характеризується високою конкурентоспроможністю, перш за все, в світі, що глобалізується. Глобалізація представляється системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, всіх сфер людської діяльності, в результаті чого спостерігається прискорене економічне зростання, прискорення впровадження сучасних технологій і методів управління. Підвищення взаємозалежності національних економік, активізація інтеграційних процесів веде до об'єктивної необхідності використання глобального підходу до ведення бізнесу [9].

У цих умовах зовнішньоекономічна діяльність стає усе більш помітною складовою частиною господарської діяльності підприємств і організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому і науково-технічному співробітництві з партнерами із зарубіжних країн. Сфера господарської діяльності підприємства, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок визначається як його зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД).

Подальше загострення конкурентної боротьби на світових ринках, ускладнення і диверсифікованість як технологічних, так і організаційних моделей виробництва, інформаційна насиченість і комунікативність зовнішньоекономічної діяльності тісно пов'язана з цілями і методикою використання економічних інструментів.

Реалізація цілей зовнішньоекономічної діяльності в умовах глобалізації передбачає стратегічний рівень управління діяльністю, що включає, в тому

числі рішення, пов'язані з визначенням можливості і форми виходу на зарубіжні ринки, вибір цільових сегментів, способи проникнення на них, обізнаності з вимогами замовника інших країн і т.д

Вивчення і узагальнення теоретичних і методичних основ зовнішньоекономічної діяльності представляється важливою науковою і практичною проблемою для українських підприємств - учасників зовнішньоекономічної діяльності, і свідчить про високу актуальність обраної проблематики дослідження.

У сучасній економічній літературі питання теорії і практики стратегічного управління зовнішньоекономічної діяльності підприємств, а також методичні аспекти формування та реалізації стратегії учасників ЗЕД отримали розвиток в наукових роботах таких вітчизняних дослідників[7].

Незважаючи на численні дослідження теорії і практики зовнішньоекономічної діяльності сучасних підприємств, інструментів і факторів її визначення, разом з тим не знайшла широкого застосування в працях вітчизняних вчених проблематика теоретичного обґрунтування функцій управління в стимулюванні зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність є складовою частиною виробничо-господарської діяльності підприємства з традиційними цілями і завданнями, а також є важливим резервом економічного зростання, першочерговим заходом підвищення рентабельності і стійкості підприємства і відноситься до числа тих видів діяльності, які забезпечують виживання підприємства в конкурентній боротьбі

В даний час сотні тисяч підприємств України в тій чи іншій формі беруть участь у світогосподарських зв'язках, і форми їх участі найрізноманітніші. Зовнішньоторговельна діяльність підприємств є найважливішим фактором формування глобальної світової економіки.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що зовнішньоекономічна

діяльність це вид підприємницької діяльності українського підприємства (міжнародне підприємництво), це складний комплекс, який включає в себе багато складових компонентів. До таких компонентів необхідно віднести[30]:

- розробку експортної стратегії вибору товару, що продається;
- розробка плану маркетингу;
- проведення переговорів з міжнародним партнером;
- здійснення зовнішньоторговельної операції.

Розрізняють такі види ЗЕД:

- зовнішньоторговельна діяльність, тобто це обмін на міжнародному ринку;

- міжнародне інвестиційне співробітництво - це співробітництво, яке пов'язане з використанням інвестицій, залученням прямих і портфельних інвестицій, створення спільних підприємств, транснаціоналізація бізнесу;

- виробнича кооперація - це той вид співпраці, коли кілька суб'єктів в різних країнах функціонують і беруть участь в створенні якогось одного спільного продукту;

- валютно-фінансові кредитні операції можуть обслуговувати всі інші форми міжнародних економічних зв'язків і ж можуть виступати самостійно.

Головна форма, через яку підприємства здійснюють свої зовнішньоекономічні операції, це зовнішньоторговельна діяльність, це великий обсяг роботи по виходу підприємства зі своєю продукцією на міжнародний ринок. Вона може здійснюватися або самостійно, або, якщо підприємства не дуже добре орієнтується в усіх технологіях, які присутні на міжнародному ринку, можуть використовувати посередництво.

Зовнішньоторговельна діяльність - це найбільш зрозумілий напрямок. Підприємства можуть самостійно починати зовнішньоторговельну діяльність[9]. Але щоб почати, необхідно провести підготовчу роботу. Якщо фірма самостійно не зможе провести цю роботу, то їй потрібні організації, які

допоможуть це зробити.

Другий напрямок - це інвестиційне співробітництво. Міжнародне інвестиційне співробітництво дозволяє залучати нові технології, нові методи управління виробництвом і це дозволяє виходити на міжнародний ринок, використовуючи контакти зарубіжного партнера.

Третій напрям - це виробнича кооперація - це спільна діяльність партнерів, які знаходяться в різних країнах. Виробнича кооперація - це розподіл між партнерами завдань, це закріплення за кожним з партнерів, виходячи з угод, будь-яких певних елементів спеціалізації, це координація господарської діяльності.

Четвертий напрямок-це валютно-фінансові операції. Кожна міжнародна угода пов'язана з тим, що у кожної фірми є свій банк. Документи про взаємні поставки оформляються через банк.

Крім того, необхідно звернути увагу на елементи при виході на міжнародний ринок.

Перша група таких елементів - це процес пошуку фірми, з якою передбачається співпрацювати, займатися бізнесом на світовому ринку; просто торгувати, або створити спільне виробництво, або стати філією транснаціональної компанії.

Далі, це розробка експортної стратегії. Потрібно подумати про те, що саме передбачається експортувати, тому що не вся продукція, яка виробляється на підприємстві, буде прийнята на міжнародному ринку. Якщо немає хорошого продукту, то і не вийде ефективно вийти на міжнародний ринок [9].

Необхідно ще подумати про те, яким чином вийти на зовнішній ринок, тобто оцінити технологічний процес виходу на зарубіжний ринок. Потрібно розуміти державний механізм регулювання ЗЕД, необхідно ознайомитися з законодавчими актами, вивчити форми регулювання зовнішньоторговельної діяльності (в тому числі особливості квотування, ліцензування); вибрати уповноважений банк, відкрити валютний рахунок, визначити вид діяльності

розрахунку.

Крім того, необхідно вивчити особливості ціноутворення на цільових зовнішніх ринках - як стосовно окремих продуктів, так і щодо окремих географічних сегментів.

У практиці зовнішньоекономічної діяльності виділяють особливі режими зовнішньої торгівлі [30]:

- прикордонна, прибережна торгівля. Вона трактується як торгівля в межах території країн, визначених в договорах. При цьому режимі торгівлі менше транспортних торгових витрат;

- вільні економічні зони. Їх об'єднує те, що вони отримують певні преференції, наприклад, пільгові податки, більш просте оформлення і створення юридичної особи, держава допомагає в облаштуванні цих зон, проведення маркетингових кампаній, проведення рекламних кампаній;

- виробничі економічні зони - це промислові виробничі зони, вони орієнтовані на виготовлення експортно-орієнтованої продукції.

На відміну від промислово розвинутих країн, де найбільш динамічно розвиваються міжнародне виробниче кооперування, науково технічне та інвестиційне співробітництво, для українських підприємств основною формою виходу на зовнішні ринки продовжує залишатися зовнішньоторговельна діяльність, що реалізується шляхом експорту та імпорту товарів і послуг.

Здійснення експорту як результат досягнення конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку свідчить одночасно про ефективну роботу підприємства, як з точки зору його контрагентів, так і з точки зору зовнішнього оточення. У цьому полягає подвійність експорту з позицій його участі в забезпеченні ефективної діяльності підприємства: експорт одночасно виступає і як фактор, і як результат ефективної роботи підприємства.

Таким чином, в даний час необхідною умовою сталого розвитку та зростання економіки як на макрорівнях, так і на мікрорівнях є:

- інтенсифікація експорту спільно з активізацією інноваційно-

інвестиційних процесів;

- підвищенням ефективності використання ринкових інструментів;
- узгодженими рішеннями та завданнями провести формування відповідних технологічних, фінансових, інституційних та організаційних структур, основною метою яких виступає об'єднання всіх необхідних елементів в загальний відтворювальний контур нового технологічного та соціально-економічного укладів, створення сприятливих умов для модернізації та підвищення ефективності діяльності промислових підприємств.

Розвиток елементів експортного потенціалу робить прямий вплив на збільшення ефективності діяльності промислового підприємства. Здійснюється воно за двома напрямками: розвитку фактично досягнутого експортного потенціалу і залучення у зовнішньоторговельний оборот нереалізованих з різних причин експортних позицій[5].

У сучасних складних умовах українським підприємствам необхідна налагоджена система управління ЗЕД, так як підприємства сьогодні діють в умовах жорсткої конкуренції, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.. Підприємству, що працює на глобальному ринку, необхідно мати гнучку систему управління і можливості мобілізації своїх ресурсів, щоб врівноважити дію нестабільних ринків на результати своєї діяльності.

Більш того, діяльність вітчизняних компаній на зовнішніх ринках регулюється не тільки законами попиту та пропозиції, а й міжнародними угодами, ратифікованими нашою країною, а також вітчизняним законодавством у цій галузі. Отже, компанії гостро потребують грамотного інформаційно-правовому забезпеченні економічних відносин з іноземними партнерами.

1.2 Особливості аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Зовнішньоекономічна діяльність є складовою частиною виробничо-господарської діяльності підприємства з традиційними цілями і завданнями, є важливим резервом економічного зростання, першочерговим заходом підвищення рентабельності і стійкості підприємства і відноситься до числа тих видів діяльності, які забезпечують виживання підприємства в конкурентній боротьбі. Разом з тим, було б помилковим розглядати зовнішньоекономічні зв'язки і зовнішньоекономічна діяльність як дві роздільно функціонуючі сфери. Обидва ці поняття, кожне з яких самостійне за своїм змістом, взаємопов'язані. Більш того, основою зовнішньоекономічна діяльність є зовнішньоекономічні зв'язки, принципово визначають стратегію її розвитку[18].

На основі аналізу теоретичних і методологічних положень, представлених в сучасних джерелах, виникає необхідність певного коригування методів вимірювання та оцінки результатів ЗЕД, що викликано наступними обставинами:

- інша грошова оцінка результатів і витрат; експортна виручка надходить у валюті зарубіжних держав, а витрати враховуються в національній; з цієї причини до факторів, що впливає на рівень ефективності зовнішньоекономічної діяльності, додається новий - курсова різниця;

- в разі, якщо ЗЕД підприємства - лише частина його виробничо-господарської діяльності, необхідний облік результатів експортно-імпортних операцій і виділення витрат по їх досягненню, що вимагає розробки відповідної методики. При цьому під кінцевими результатами розуміється грошова оцінка отриманої підприємством вигоди від зовнішньоекономічної угоди, під витратами - грошова оцінка всіх видів витрат (матеріальних, трудових, фінансових, включаючи зобов'язання перед державою);

- підвищений ступінь ризику в господарській, інвестиційній, фінансовій

діяльності, що викликає додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній;

- наявність додаткових механізмів державного регулювання, перш за все тарифно-митного, що, в свою чергу, збільшує витрати;

- порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (цінної, показники якості, часовий лаг);

- необхідність дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом.

Нерідко виникає ситуація, при якій може допускатися реалізація товару на зовнішньому ринку з меншою рентабельністю, ніж на внутрішньому ринку, але з коефіцієнтом ефективності не нижче 1 [27];

- необхідність врахування особливостей різних видів зовнішньоекономічних угод (основні і забезпечують, експорт, імпорт та ін.);

- зовнішньоекономічна діяльність для більшості суб'єктів господарювання - лише частина діяльності, що певною мірою знижує можливість розрахунку ряду показників, що характеризують рівень ефективності використання окремих видів витрат і ресурсів (оборотні та основні фонди, жива праця, капітал);

- іноземні ринки пред'являють підвищені вимоги до запропонованих товарів, сервісу, потребують обробки великої кількості інформації з різних джерел, що також впливає на обсяг витрат.

Експорт є результатом досягнення конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку. Експортна стратегія, яку підприємство вибудовує, реалізується через певні види зовнішньоекономічної діяльності.

При розвитку фактично досягнутого експортного потенціалу підвищуються обсяги експорту, рівень валютної виручки і чистого прибутку промислового підприємства.

Експортна виручка є складовою сукупного доходу експортоорієнтованого підприємства, отже, зростають об'ємні і вартісні показники підприємства в цілому. Рівень цього зростання визначається часткою експортної продукції в загальному обсязі випуску підприємства і

часткою витрат у загальній собівартості.

У продукції експортного асортименту на кожному ринку може бути своя ціна і свої витрати. Вони можуть істотно відрізнятися від ціни і витрат аналогів, що йдуть на зовнішній ринок.

Для того щоб визначити вплив розвитку експортного потенціалу на підвищення ефективності діяльності промислового підприємства, необхідно визначити величину кожної з його складових. Для цього проводиться оцінка фактично досягнутого експортного потенціалу по кожній номенклатурній позиції, а також оцінка нереалізованого експортного потенціалу за трьома показниками:

- обсягом валютної виручки за експортними позиціями минулих років, затребуваним на ринках в звітному періоді з різних причин;
- обсягу товарної продукції, конкурентоспроможної на зовнішньому ринку, але яка не поставляється з різних причин;
- обсягом рекламацій, включаючи повне або неповне повернення товару.

Перша і друга позиції нереалізованого експорту є резервом розвитку експортного потенціалу промислового підприємства. Третя позиція являє собою дестабілізуючий фактор, який веде до зниження або втрати експортного потенціалу через неякісно виконаних операцій бізнес-процесу з виробництва, комплектації, умов збуту експортних позицій.

Оцінка нереалізованого експортного потенціалу проводиться по кожній позиції експорту і кожному ринку реалізації. Такий розріз аналізу необхідний тому, що одна і та ж позиція експорту в одних сегментах ринку може представляти успішно реалізований експорт, а в інших - елементи нереалізованого потенціалу [18].

Розвиток елементів експортного потенціалу має прямий вплив на результати і економічну ефективність діяльності підприємства з виробництва дорогоцінних металів.

Оцінка показників повинна здійснюватися з урахуванням частки експорту в сукупному обсязі кінцевих показників промислового підприємства.

До прямих показників можна віднести:

- приріст обсягів продукції по ринках збуту;
- приріст виручки підприємства;
- приріст чистого прибутку підприємства;
- збільшення коефіцієнта ефективності діяльності підприємства.

У прямі показники можна включити:

- підвищення частки конкурентоспроможної продукції;
- приріст частки інноваційної продукції;
- приріст вартості бренду (брендів);
- приріст вартості бізнесу підприємства;
- поліпшення іміджу і ділової репутації підприємства.

За допомогою даних показників можна визначити тільки сукупний результат зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Здійснення аналізу ЗЕД підприємства передбачає застосування таких прийомів і методів: порівняння показників за умови можливості їх співставлення та групування, побудови аналітичних таблиць, визначення середніх і відносних величин, застосування методу ланцюгових підстановок, побудова графіків, діаграм, гістограм тощо (рис. 1.1). [8]

Для того щоб виявити, як впливає розвиток експортної діяльності на ефективність в цілому, необхідно проаналізувати значення коефіцієнтів ефективності окремо за видами діяльності, при цьому потрібно враховувати умови порівняльності показників по часу, обсягами, одиницям вимірювання та ін.

Мета аналізу зовнішньоекономічної діяльності полягає, перш за все, в оцінці, а також виявленні та мобілізації резервів подальшого підвищення її якості, ефективності та аналітичному супроводі етапів технології прийняття управлінських рішень.

Для оцінки зовнішньоекономічної діяльності запропоновані різні підходи на основі коефіцієнтів.



Рис. 1.1. Прийоми та методи аналізу ЗЕД підприємства

Так, О. В. Шкурупій [7] пропонує показники, що характеризують масштаб, рівень розвитку, збалансованість зовнішньоторговельної діяльності та показники її ефективності. Як узагальнюючий пропонується показник бюджетної ефективності зовнішньої торгівлі, який визначається шляхом зіставлення витрат на виробництво продукції, аналогічної імпортової, і виробництво експортних товарів.

Пан М.П. [25], погоджуючись із запропонованою методикою О. В. Шкурупій, вважає за доцільне оцінювати ефективність суб'єкта господарювання з точки зору умов торгівлі.

Своєрідним підходом до трактування критерію ефективності зовнішньої

торгівлі відрізняється дослідження Дідківського М. І. [5], в якому ефективність зовнішньої торгівлі визначається як максимізація позитивного зовнішньоторговельного сальдо за рахунок спеціалізації на виробництві та нарощування експорту товарів з максимальною прибутковістю продажів.

Практично ідентичні з точки зору методології оцінки і методики розрахунку показники ефективності, запропоновані Кадуріною. Л.О [13] і Л.М., Малярець [18].

Розглянуті методичні підходи вітчизняних дослідників до вимірювання та оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності, хоча і відрізняються переліком показників, їх місцем у відповідних блоках пропонуваних систем, методикою розрахунку окремих показників, доповнюють один одного і дозволяють в цілому оцінити вплив різних чинників на рівень ефективності ЗЕД підприємства.

Заслуговує на увагу методика, запропонована А.М. Ткаченко [30]. Особливості її підходу полягають в пошуку прямій залежності передбачуваного результату і зумовили його витрат. Автор пропонує систему показників економічного ефекту і економічної ефективності та методи їх розрахунку. Методика А.М. Ткаченко дозволяє обґрунтувати доцільність зовнішньоекономічної угоди на етапі її підготовки і тому дуже ефективна при прийнятті управлінських рішень. Вона може бути використана як основа визначення ефективності економічної діяльності підприємства в цілому.

Однак перераховані методи не повністю враховують ряд особливостей зовнішньоекономічної діяльності: курсові різниці, додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній, а також через наявність механізмів державного регулювання та інше.

Тому необхідно додатково врахувати:

- курсові різниці - виникають через інший грошової оцінки результатів і витрат;
- додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних,

консалтингових, юридичних та інших компаній у зв'язку з підвищеним ступенем ризику в господарської, інвестиційної, фінансової діяльності;

- збільшення витрат внаслідок наявності додаткових механізмів державного регулювання, перш за все тарифно-митного;

- порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (цінової, показники якості, часовий лаг);

- дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом;

- особливості різних видів зовнішньоекономічних угод (експорт, імпорт та ін.);

- ряд показників, що характеризують рівень ефективності використання окремих видів витрат і ресурсів;

- підвищені вимоги зарубіжних ринків до пропонованих товарів, сервісу, потребують обробки великої кількості інформації з різних джерел, що також впливає на обсяг витрат.

Для того щоб повністю оцінити ефективність зовнішньоекономічної діяльності на макроекономічному рівні, а не для всього підприємства в цілому, необхідно розробити нові підходи до визначення критеріїв ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

При формуванні системи економічних показників слід враховувати, що до них пред'являються особливо високі вимоги, тому що саме на їх основі приймаються господарські рішення, здійснюється планування, матеріальне стимулювання, управління виробництвом в цілому.

Економічні показники повинні розглядатися як єдність кількісних і якісних характеристик.

Виходячи з цього слід виділити ознаки, якими повинні характеризуватися показники вимірювання економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності:

- зв'язок зі стратегічними цілями підприємства;

- схильність до впливу (показник, на який не в змозі впливати учасники виробничого процесу, не представляє цінності);

- однозначність (з його допомогою має вимірюватися певну якість економічного процесу); можливість кількісної оцінки;
- чутливість (показник повинен відображати зміна в якості процесу);
- можливість формалізації стану процесу, явища на основі математичного апарату;
- здатність об'єктивно і адекватно характеризувати стан окремих елементів або системи в цілому на конкретний момент або за певний період [34];
- виявлення показників за принципом «зверху вниз» від більш загальних до приватних і конкретним;
- визначення показників з урахуванням результатів опитувань клієнтів співробітників, даних минулої діяльності і підприємницької оцінки.

Для об'єктивної оцінки зовнішньоекономічної діяльності необхідне вдосконалення існуючих систем показників і принципів їх формування та диференціації. Напрямами вдосконалення є:

- орієнтація на інтереси підприємства;
- врахування інтересів учасників ЗЕД;
- комплексність і збалансованість оцінки;
- трансформація показників до ринкових умов;
- конкретизація показників під певні стратегічні завдання;
- необхідність оцінки впливу на основні показники господарської діяльності об'єкта (підприємства, економічного регіону і т.д.).

Оцінка ефективності повинна відображати результат таким чином, щоб контролюючі органи бачили резерви поліпшення діяльності по зовнішньоторговельних операціях, а управлінські рішення могли бути обґрунтованими і підтверджені конкретними показниками. Для цього з'являється необхідність використання всебічної аналітичної оцінки зовнішньоторговельних процесів і зв'язків і створення певної збалансованої системи показників, розділеної на блоки, які, в свою чергу, діляться на ряд показників, які повинні бути не розрізнені, а носити цільову спрямованість.

Вимірювання, оцінка та аналіз ефективності ЗЕД підприємства може проводитися на основі системи, представленої трьома блоками показників, що відображають концептуальний підхід до змісту критерію ефективності:

- перший блок показників характеризує загальний економічний результат ЗЕД;
- другий блок - ефективність продажів на зовнішні ринки з позиції абсолютних і відносних показників;
- третій блок - ефективність праці працівників підрозділу.

Такий підхід дозволить, з одного боку, отримати загальне уявлення загальне уявлення про ефективність ЗЕД, з іншого боку - оцінити результативність продажів і більш точно визначити напрямки розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Третій блок показників дозволяє оцінити ефективність праці працівників підрозділу ЗЕД та вжити заходів щодо мотивації їх праці. Також обрані показники зможуть бути інтегровані в систему управлінської звітності.

Показник ефективності при розрахунку, зазвичай, залежить від виду операції на зовнішньому ринку, цілей, особливостей і умов даної угоди.

Економічна ефективність експорту[13]. Показник економічного ефекту від експорту товарів, продукції, робіт або послуг визначається наступним чином:

$$E_{ee} = B_g - Z_{eks}, \quad (1.1)$$

де E_{ee} - показник економічного ефекту експорту, грн .;

B_g - виручка в гривнях.;

Z_{eks} - витрати підприємства на експорт товару (наприклад: маркетинг, реклама, страхування, транспорт, мита, збори та ін.).

Підприємства здійснюють імпорт або для власного споживання, або для реалізації на внутрішньому ринку. Залежно від цілей здійснення імпорту економічна ефективність може розраховуватися різними способами.

Якщо необхідно розрахувати економічний ефект імпорту для внутрішнього споживання, то може бути використана наступна формула:

$$EEI = V_{\text{п}} - V_{\text{іт}}, \quad (1.2)$$

де EEI - показник економічного ефекту від імпорту продукції для власного використання, грн .;

$V_{\text{п}}$ - повні витрати на виготовлення (придбання) та користування продукцією, альтернативної імпоротної, грн .;

$V_{\text{іт}}$ - вартість імпортного товару розраховується по формулі (1.3)

$$V_{\text{іт}} = V_{\text{т}} + V_{\text{е}}, \quad (1.3)$$

де $V_{\text{т}}$ - ціна покупки (витрати на виготовлення) товару за базовим варіантом, що включає всі витрати, пов'язані з його придбанням (виготовленням), грн .;

$V_{\text{е}}$ - експлуатаційні витрати за весь період служби товару, альтернативного або аналогічного імпортному, які включають вартість споживаних матеріалів, сировини, вартість палива і енергії, вартість ремонтів, заміни запчастин, заробітну плату робітників з усіма відрахуваннями, зайнятих обслуговуванням і ін., грн .;

Наведені показники оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності частково відомі в економічній науці і практиці і в даному випадку уточнюється їх місце в відповідних блоках системи, інші - пропонуються вперше.

В цілому викладена методика дозволяє всебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній сфері, визначивши основні напрямки підвищення ефективності ЗЕД господарюючого суб'єкта.

1.3 Стан зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудівної галузі України

Однією з найважливіших галузей вітчизняної економіки є машинобудування. Продукція машинобудування не тільки здатна задовольнити потреби споживачів, але і забезпечує виробництво товарів і послуг підприємствами інших галузей.

Машинобудівний комплекс складається з майже двадцяти спеціалізованих галузей: верстато- і приладобудування, автомобілебудування, суднобудування, літакобудування, вагонобудування, тепловозобудування, тощо.

У машинобудуванні зосереджено понад 15 % вартості основних засобів і майже 6 % оборотних активів вітчизняної промисловості та понад 22 % кількості найманих працівників. Основна частина підприємств (90 %) приватизована, причому більше 80 % з них викуплені повністю [28].

В умовах системної кризи машинобудування та зростання світової конкуренції є гостра необхідність ефективнішого використання існуючих та залучення нових, ефективніших механізмів здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудування [26].

З 2015 року галузь перебуває у кризовому стані внаслідок декількох причин: загальноекономічних кризових явищ, конфлікту на Донбасі, втрати традиційних ринків збуту у країнах СНД, відсутності комплексної промислової політики з боку влади тощо.

Частка машинобудування в обсязі продукції промисловості скоротилася з 10,3 % у 2014 році до 6,5 % у 2019 році. У 2015 році зниження обсягів виробництва машинобудівної галузі склало 13,6 %, у 2016 - 20,6 %, у 2017 - 14,1 %, за період з січня по липень 2020 року порівняно з відповідним періодом 2017 року зниження склало 0,7 %.

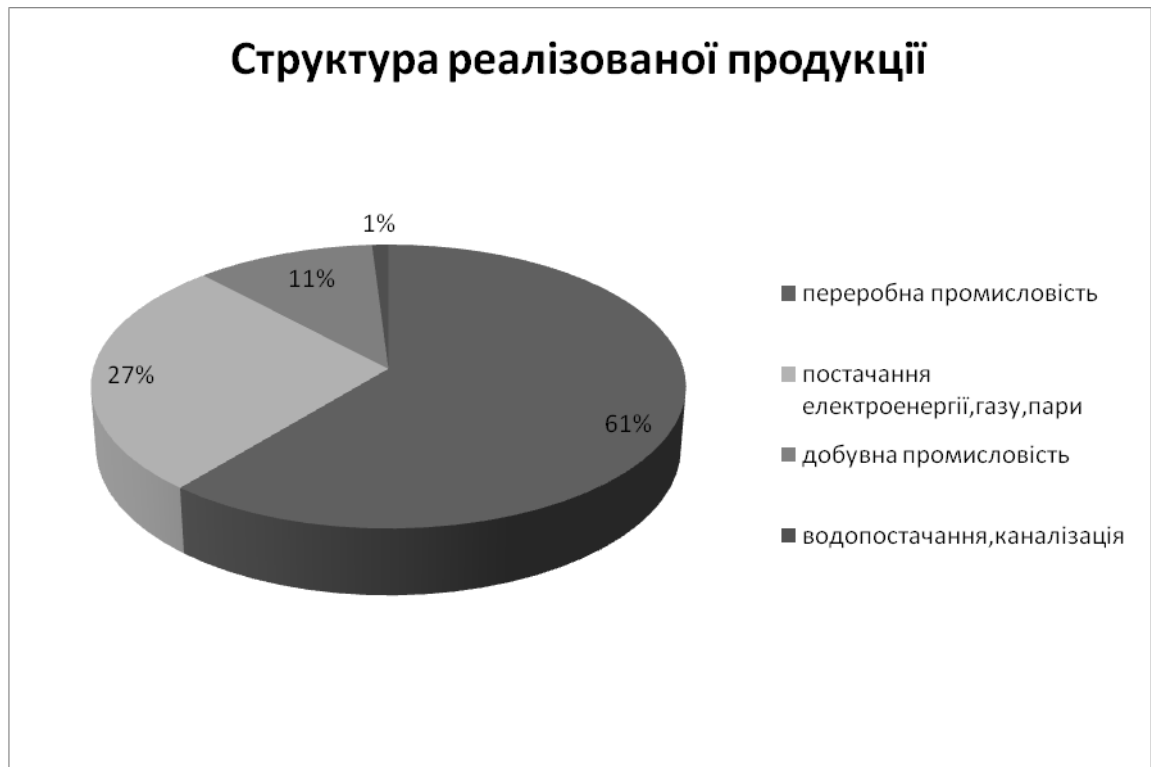


Рис. 1.2. Структура реалізованої промислової продукції в Україні за 2019 р.

Обсяг реалізованої продукції підприємств галузі машинобудування порівняно з показником реалізації всією промисловістю є досить суттєвим. У грошовому виразі обсяг реалізованої продукції складає 131351,8 млн. грн. У відсотковому відношенні можна зобразити так [26]:

Якщо протягом 2017-2019 років зростання показували тільки окремі види виробництва електричного устаткування та транспортного машинобудування на тлі загального зниження темпів виробництва галузі, то в 2019 року порівняно з відповідним періодом 2018 року по окремих позиціях було зафіксовано зростання виробництва.

А саме: електронної та оптичної продукції зростання – 7,7%, у виробництві інших машин і устаткування загального призначення – 15,9%, у виробництві машин і устаткування для сільського та лісового господарства – 9,6%, у виробництві інших машин і устаткування спеціального призначення – 2,6%, у виробництві автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів –

4,7% [21].

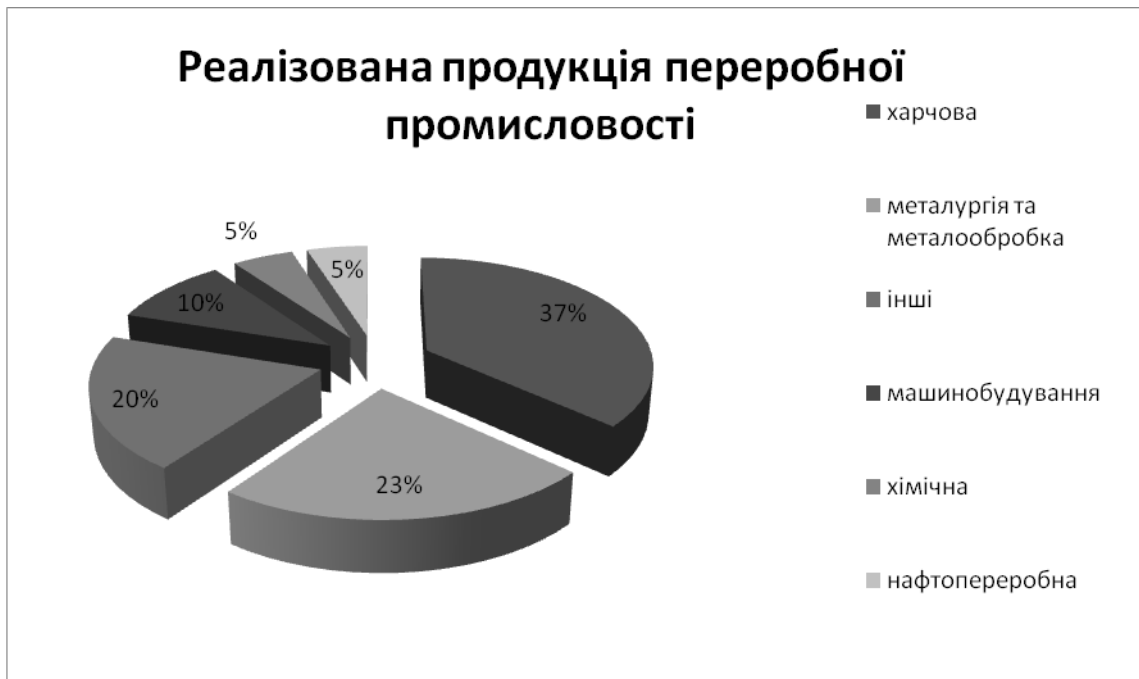


Рис. 1.3. Структура реалізованої продукції переробної промисловості України у 2019 р.

Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) машинобудівної галузі без ПДВ та акцизу склав у 2020р. 1000862,1 млн грн., що складає 6.6% до всієї реалізованої продукції. З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни склав 46859,8 млн. грн., що складає 46% до обсягу реалізованої промислової продукції за видом діяльності.

Протягом 2017-2019 років спостерігалось зниження обсягів виробництва машинобудування з 10 % до 8,7 %. Обсяг реалізованої продукції машинобудування у відсотках до всієї промисловості України значно менше, ніж у розвинутих країнах. Така тенденція характеризує хаотичний розвиток машинобудівного комплексу.

На світовому ринку електротехніки й апаратури загального та спеціального призначення продукція вітчизняних машинобудівників також є пока доволі конкурентоспроможною. Свідченням цього є те, що в структурі експорту вітчизняної машинобудівної продукції вона складає майже половину (у 2019 р. – 5,7 % із 11,9 %, до того ж постійно зростає (на 104,9 % у 2019 р.).

Машинобудування є одним з найважливіших виробничих комплексів

економіки України. Стабільний розвиток машинобудування забезпечує ефективну конкурентоспроможність більшості товарів та послуг, зростання рівня життя населення. На сьогодні питома вага галузі машинобудування у ВВП знизилася і дорівнює 10%, в той час, коли, наприклад, в Росії він досягає 20%, Японії – 52%, Німеччині – 54%.

Частка країн СНД у структурі експорту постійно продовжує зменшуватися з 55,6 % у 2018 році до 40 % у 2019, а частка ЄС збільшилась з 30,4 % до 43 %, у 2019 році ці тенденції дещо уповільнились. Втрата ринку Росії та країн СНД потребує пошуку нових великих ринків збуту в країнах ЄС, Азії, Африки та інших регіонах, які характеризуються високим рівнем конкурентної боротьби і вимагають високої якості продукції, яку на сьогодні в переважній кількості сегментів галузь забезпечити нездатна.

Найбільша популярність в структурі експорту машинобудівної продукції належить машинам, обладнанням та механізмам, а також електротехнічному обладнанню.

Ситуація з міжнародними інвестиціями безпосередньо пов'язана з внутрішньою економічною ситуацією. Україна все ще експортує товари з низькою вартістю, більше 50% яких припадає на країни колишнього СРСР. Цей факт свідчить про те, що ще не відбулось внутрішньої трансформації економіки України. Для цього вкрай необхідні іноземні інвестиції, які принесуть нові технології і дозволять виробляти товари, конкурентоспроможні на світовому ринку [34].

Отже, проблема розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняної промисловості є дуже актуальною. Включення національної економіки в систему світового господарства позитивно впливає на ефективний розвиток економіки держави, підвищує технічний рівень виробництва, сприяє раціональному використанню природних та сировинних ресурсів, ліквідує дефіцит деяких товарів і в цілому підвищує рівень життя населення.

Завдяки зовнішньоекономічній діяльності забезпечується надходження до країн світового співтовариства сировини, матеріалів, палива, обладнання,

послуг. Також зовнішньоекономічна діяльність є вагомим джерелом для здійснення валютних операцій, а отже і надходжень до державного бюджету.

Одним із головних критеріїв, що характеризує ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства є прибуток від збуту продукції при мінімальних затратах з боку фірми, тому аналіз зовнішньоекономічної діяльності дозволяє науково обґрунтувати плани, управлінські рішення, контролювати їх виконання, а також оцінити результати діяльності підприємства. Таким чином, показники ефективності ЗЕД підприємства та їх аналіз дозволяє виявити користність зовнішньоекономічних операцій та розробити план заходів щодо їх удосконалення для збільшення прибутку підприємства.

Значне погіршення економічної ситуації в Україні за останні роки призвело до зниження показників ефективності функціонування вітчизняних машинобудівних підприємств. Підприємства машинобудівної галузі змушені функціонувати в умовах скорочення внутрішнього та зовнішнього попиту на продукцію та зменшувати обсяги фінансування не маючи державної підтримки. Необхідною умовою посилення позицій галузі машинобудування в національній економіці є безпосередня участь в його підтримці державних органів управління, перегляд державної стратегії розвитку машинобудівної галузі при врахуванні світових тенденцій інноваційного розвитку.

Висновки до розділу 1.

1. Вивчення і узагальнення теоретичних і методичних основ зовнішньоекономічної діяльності представляється важливою науковою і практичною проблемою для українських підприємств - учасників зовнішньоекономічної діяльності, і свідчить про високу актуальність обраної проблематики дослідження.

2. Зовнішньоекономічна діяльність є складовою частиною виробничо-господарської діяльності підприємства з традиційними цілями і завданнями, а також є важливим резервом економічного зростання, першочерговим заходом

підвищення рентабельності і стійкості підприємства і відноситься до числа тих видів діяльності, які забезпечують виживання підприємства в конкурентній боротьбі.

3. У сучасних складних умовах українським підприємствам необхідна налагоджена система управління ЗЕД, так як підприємства сьогодні діють в умовах жорсткої конкуренції, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.. Підприємству, що працює на глобальному ринку, необхідно мати гнучку систему управління і можливості мобілізації своїх ресурсів, щоб врівноважити дію нестабільних ринків на результати своєї діяльності.

4. Здійснення аналізу ЗЕД підприємства передбачає застосування таких прийомів і методів: порівняння показників за умови можливості їх співставлення та групування, побудови аналітичних таблиць, визначення середніх і відносних величин, застосування методу ланцюгових підстановок, побудова графіків, діаграм, гістограм тощо.

5. Вимірювання, оцінка та аналіз ефективності ЗЕД підприємства може проводитися на основі системи, представленої трьома блоками показників, що відображають концептуальний підхід до змісту критерію ефективності: перший блок показників характеризує загальний економічний результат ЗЕД; другий блок - ефективність продажів на зовнішні ринки з позиції абсолютних і відносних показників; третій блок - ефективність праці працівників підрозділу.

6. Значне погіршення економічної ситуації в Україні за останні роки призвело до зниження показників ефективності функціонування вітчизняних машинобудівних підприємств. Підприємства машинобудівної галузі змушені функціонувати в умовах скорочення внутрішнього та зовнішнього попиту на продукцію та зменшувати обсяги фінансування не маючи державної підтримки. Необхідною умовою посилення позицій галузі машинобудування в національній економіці є безпосередня участь в його підтримці державних органів управління, перегляд державної стратегії розвитку машинобудівної галузі при врахуванні світових тенденцій інноваційного розвитку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КОЛІСНИЙ ЗАВОД»

2.1. Техніко-економічні показники діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод»

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцький колісний завод» ПРАТ "Кременчуцький колісний завод" – це єдине в Україні спеціалізоване підприємство з виробництва коліс та ободів різних конструкцій, призначених для легкових і вантажних автомобілів, автопричепів, автобусів, тролейбусів, тракторів, комбайнів та іншої сільськогосподарської техніки.

Кременчуцький колісний завод був створений у 1961 році на базі цеха Кременчуцького автомобільного заводу. За цей час підприємство набуло великого технологічного досвіду і створило розвинуту виробничу інфраструктуру. У 1994 році Кременчуцький колісний завод, рухаючись по шляху приватизації було перетворене в відкрите акціонерне товариство, а потім в приватне акціонерне товариство.

З 2012 ріка підприємство стало повноправним членом Європейської технічної організації по шинам і обіддям (ETRTO) і увійшло у склад Європейської асоціації виробників коліс та ободів (EUWA).

Виробництво коліс організовано в 5-ти основних виробничих цехах. Допоміжне виробництво складається із цеху верстатобудівного і ремонту обладнання, штампувально-інструментального виробництва, енергосилового цеху. Перевага заводу полягає у наявності власного інструментально-верстатобудівного виробництва, в якому виготовляється технологічна оснастка і спеціальне обладнання.

ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» виробляє більш 300 модифікацій коліс, ободів і деталей коліс. Виробничі площі та потужності потужності

наведені в табл 2.1.

Таблиця 2.1.

Виробничі площі	103 тис. кв. м.
Виробнича потужність	6,5 млн. коліс і ободів в рік (у тому числі 3,5 млн. коліс до легкових автомобілів).

У 2002 року підприємстві почало виготовляти колеса до легкових автомобілів «Деу» та «Опель», популярних тоді ВАЗ-2110 та ГАЗ-3110, автопричепів, колеса яких мають 15-градусні посадочні полиці: 6,25x17,5, 8,25, 9,00 та 11,75x22,5, а також освоєно виробництво коліс до автомобілів «Шкода-Октавія».

Технологічні можливості Кременчуцького колісного заводу дозволяють виробляти цільнопрофільовані ободи діаметром від 12 до 48 дюймів і шириною від 4 до 27 дюймів. Технологічне обладнання дозволяє виготовлять ободи коліс великої грузопідйомності з прокату товщиною до 8,5 мм. При виготовленні таких ободів застосовуються три калібровочні операції (стискання, обтискання, розтискання) з ціллю забезпечення мінімальних допусків та биття.

Для підвищення міцності виробу, стабілізації процесу і забезпечення параметрів здійснений перехід на виготовлення ободів і дисків з високотехнологічної сталі марок 10ЮА, 15ЮА, 08ГСЮТ(Ф), 07ГФЮ, які відповідають класу міцності E250, E275, E335.

Випробування коліс здійснюється у випробному центрі, акредитованому в Системі сертифікації УкрСЕРПО на технічну компетентність. Випробовування здійснюється колеса по ГСТУ 3-88-190-99 «Колеса сталі для пневматичних шин. Методи випробувань, у відповідності російському ОСТ 37.404-97, а також міжнародному стандарту ISO 3006-95.

На ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» застосовується технологія порошкового фарбування коліс, яка дозволяє забезпечити коризаційну стійкість лакофарбного покриття в агресивному середовищі.

Забарвлення коліс здійснюється як електростатичним (CORONA), так і трибо статичним (TRIBO) методами на комплексних технологічних лініях. Установка нанесення порошкових фарб дозволяє здійснювати заміну кольорів.

Колеса проходять контроль якості на кожному етапі виробничого процесу. Продукція Кременчуцького колісного заводу має сертифікати якості УкрСЕРПО.

Найважливішим чинником забезпечення якості являється функціонування на підприємстві системи якості у відповідності до вимог міжнародного стандарту ISO 9001. Сертифікати, як підтвердження якості продукції, яка виготовляється на підприємстві, дають змогу здійснювати широкий діапазон збуту як на територіях України і СНД, так і на дальніх закордонах.

Велика увага на протязі останніх років приділялась роботі з дилерами ПРАТ "Кременчуцький колісний завод " та на території СНД (Асоціація дилерів), що принесло певні результати.

Список підприємств - конкурентів ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» у 2010 році не змінився. Як і раніше, основними конкурентами з постачання легкових коліс та коліс малої вантажопід'ємності є ВАТ "ЛАЗ", "Іжевський машинобудівний завод", ВАТ "КамАЗ-автоагрегат" (колеса до автомобілів " ВАЗ " та " ЗІЛ "), ВАТ " ГАЗ " (колеса до автомобілів "ГАЗ" та "УАЗ") та "Ферганський механічний завод "(колеса до автомобілів "ВАЗ", "ГАЗ" та "ПАЕРГОО").

Російська Федерація у 2019 році причепів не закуповувала. Таке різке зменшення продажів значною мірою пояснюється зростанням конкуренції на ринку причепів Російської Федерації та Республіки Біларусь, а також зростанням вартості причепів нашого виробництва, що пов'язано з різними політичними та економічними причинами, і що робить їх продаж менш привабливим, ніж продаж продукції конкурентів[1].

Обсяг товарної продукції колісного заводу в 2019р. склав 522334,5 тис.грн, що на 22143,5 тис.грн. менше, ніж в 2017, що означає, що підприємство зменшило обсяги виробництва на 4,06%.

Обсяг реалізованої продукції підприємства в 2019р. склав 522293,5 тис.грн, що на 94857,3 тис.грн менше, ніж в 2017р., що означає, підприємство зменшило обсяги реалізації продукції на 4,3%. Це означає, що ринкові потреби та потреби конкретних споживачів зменшились.

Дані підприємства показують, що у 2018р. підприємство почало покращувати показники обсягів продукції, в порівнянні з 2017р., але у 2019р. знову почався незначний спад. Графічно динаміки обсягів товарної та реалізованої продукції підприємства можна зобразити на рис. 2.1.

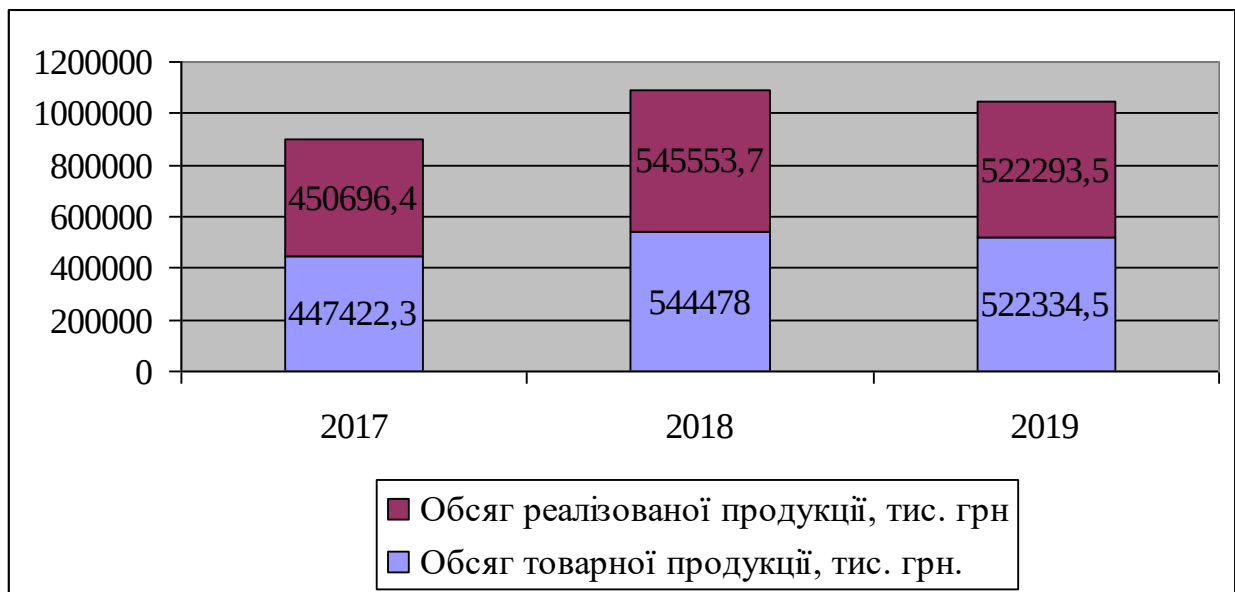


Рис. 2.1 Динаміка обсягів товарної та реалізованої продукції

Детальніше розглянемо основну продукцію підприємства. Аналізуючи динаміку реалізованої продукції, можна зробити висновок, що у 2019р. обсяги реалізації зменшилися до 918846 тис.шт. і це майже вдвічі менше, ніж у 2017 р. Основними ринками реалізації колісної продукції нашого підприємства є Україна, країни СНД і країни далекого зарубіжжя.

У процентному співвідношенні (в грошовому виразі) частка різних споживчих ринків по географічній ознаці виглядає так: Росія і країни СНД – 53,4% обсягу реалізації колісної продукції, Україна – 40,3%, далеке зарубіжжя – 6,3%. Головним експортером раніше була Росія, але в умовах кризи та політичної ситуації в країні, постачання до Російської Федерації майже призупинилося.

Динаміка реалізації основних видів продукції ПРАТ «КрКЗ» зображена на рис. 2.2.

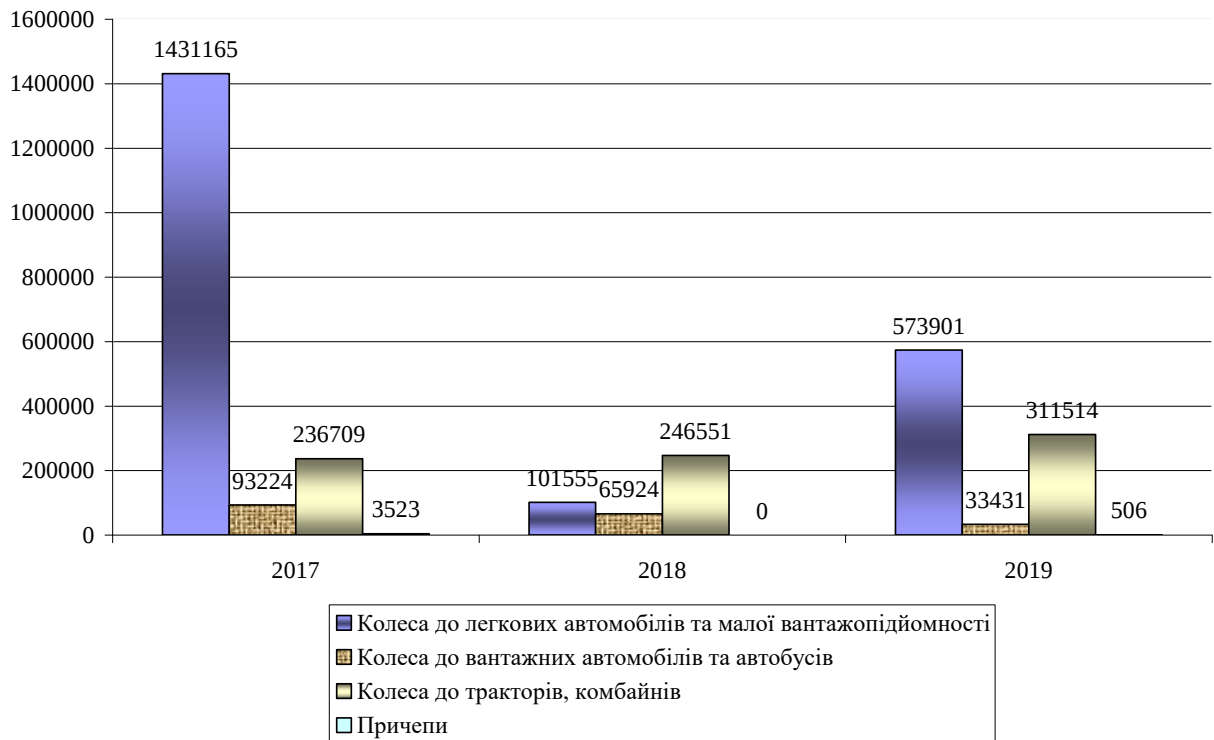


Рис. 2.2. Динаміка реалізації основних видів продукції ПРАТ «КрКЗ»

У процентному співвідношенні (в грошовому виразі) частка різних споживчих ринків по географічній ознаці виглядає так: Росія і країни СНД – 53,4% обсягу реалізації колісної продукції, Україна – 40,3%, далеке зарубіжжя – 6,3%. Головним експортером раніше була Росія, але в умовах кризи та політичної ситуації в країні, постачання до Російської Федерації майже призупинилося. Різке зменшення продажів значною мірою пояснюється зростанням конкуренції на ринку причепів Республіки Білорусь, а також зростанням вартості причепів нашого виробництва, що робить їх продаж менш вигідним, ніж продаж продукції конкурентів.

У процентному співвідношенні частка різних споживчих ринків по географічній ознаці за 3 роки виглядає так (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Основні ринки збуту колісної продукції

Ринок збуту	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення(%)	
				2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Країни СНД,%	66	65	53,4	-1	-11,6	-1,5	-17,8
Україна,%	27	30	40,3	3	10,3	11	34,3
Європа,%	7	7	6,3	0	-0,7	0	-10

З даних табл.2.2 видно, що значно знизився за останні 2 роки експорт продукції до країн СНД на 12%. Збільшились поставки на внутрішньому ринку, тому що є потреба створення воєнної техніки, а також через стрибки курсу валют дешевше закуповувати вітчизняну продукцію. Для розширення ринків збуту нашим підприємством здійснюється комплекс заходів з освоєння нових видів колісної та причіпної техніки та виходу на нові ринки, а також покращення сприйняття клієнтами нашої продукції за шкалою "ціна-якість". Динаміку можна простежити на рис. 2.3.

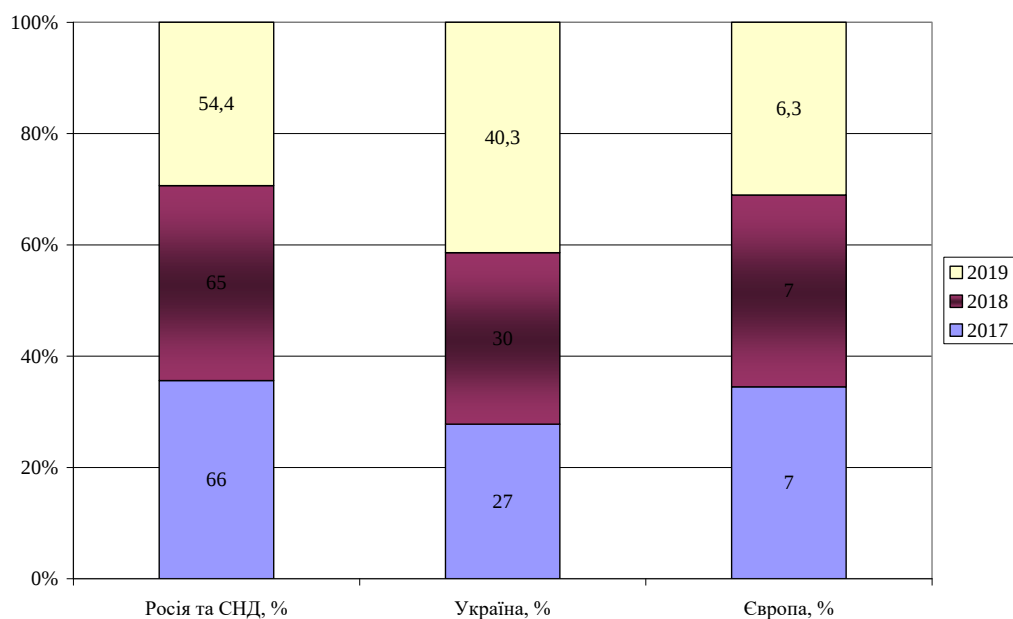


Рис. 2.3. Динаміка змін ринків збуту колісної продукції ПрАТ "КрКЗ"

Середньорічна вартість основних фондів зростає за період з 2017р. по

2019р. на 65731 тис.грн. Збільшення вартості основних виробничих фондів свідчить про збільшення реальних виробничих капіталовкладень.

Показники ефективного використання основних засобів наведені у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз використання основних фондів

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
				2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Фондовіддача, грн.	3,09	3,12	2,49	0,03	-0,63	0,9	-20,2
Фондоємність, грн.	0,32	0,32	0,4	0	0,08	0	25
Фондоозброєність, грн./чол.	110,3	138,7	175,7	28,4	37	25,7	26,7
Коефіцієнт придатності	0,38	0,43	0,46	0,05	0,03	13,2	7
Коефіцієнт зносу	0,62	0,57	0,54	-0,05	-0,03	-8,06	-5,3

Показник фондовіддачі зменшився за останній рік до на 2,49. Зменшення фондовіддачі означає зниження ефективності використання основних фондів.

Фондоємність збільшується з 0,32 до 0,4 – це свідчить про неефективність залучення основних фондів в загальний обсяг виробництва. Зростання фондоозброєності праці до 175,7 свідчить про забезпеченість як основними засобами основного виду діяльності, так і активними фондами.

Дослідимо структуру основних засобів. За аналізований період було продано земельних ділянок у кількості 596 штук. Кількість будівель та споруд збільшилась на 9220 штук за період з 2017р. по 2019р.

Аналіз динаміки та структури основних засобів можна зобразити наступним чином:

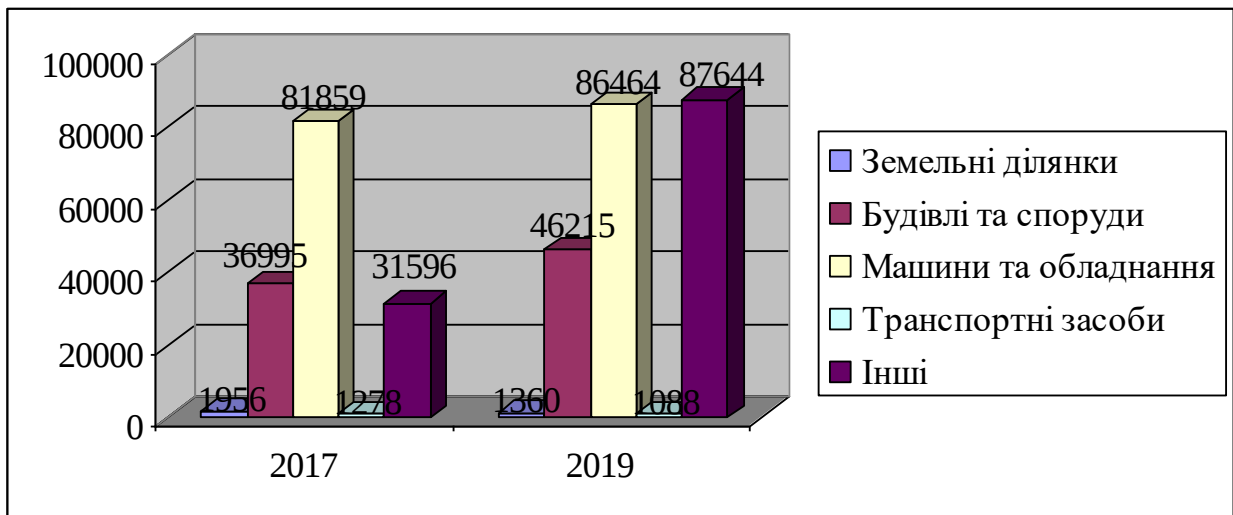


Рис. 2.4 Аналіз динаміки та структури основних засобів ПРАТ “КрКЗ”

Збільшення оборотних активів у 2019р. порівняно з 2017р. на 47883 тис.грн. або на 22,63% відбулося в основному за рахунок збільшення дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги - на 36290 тис. грн. Це можна визнати негативною тенденцією, оскільки прискорення розрахунків є важливим чинником прискорення оборотності оборотних активів.

Вартість запасів збільшилась до 130780 тис.грн. у 2019р. в основному за рахунок збільшення виробничих запасів до 130708 тис. грн. і збільшення готової продукції до 56081 тис. грн. Це може свідчити про збільшення попиту на продукцію підприємства і покращення ефективності технологічного процесу.

Надлишок оборотних активів у формі запасів означає, що частина капіталу підприємства не діє і не приносить прибутку. Водночас брак запасів буде гальмувати хід операційного процесу, уповільнюючи швидкість обороту засобів підприємства. Отже, можна сказати, що підприємство забезпечене оборотними активами, але не в повному обсязі, про що свідчить їхня питома вага в загальній структурі активів.

Середньооблікова чисельність штатних працівників становить 1196 чоловік, що на 114 чоловік менше, ніж у 2017р., це означає, що підприємство скоротило кількість працюючих на 8,8%.

Основна причина утримання зайвої чисельності – нестабільні обсяги

виробництва, внаслідок чого підприємство вимушено працювати в режимі неповного робочого тижня. Фонд заробітної плати працівників включає пряму (тарифну) заробітну плату і всі доплати до неї. Фонд заробітної плати персоналу робітників в 2018р. склав 79658,5 тис. грн, що на 17700,5 тис. грн. більше, ніж у минулих періодах. Збільшення фонду оплати праці відбулося у зв'язку із збільшенням фонду робочого часу. З 01.06.2018р. підвищено тарифні ставки та посадові оклади на 5%, підвищені персональні надбавки та премія спеціалістам, службовцям і робітникам.

Частка матеріальних затрат в елементах операційних витрат займає найбільше – 76,8%, саме тому наше підприємство є промисловим.

Проаналізуємо структуру елементів операційних витрат. Матеріальні витрати у 2019р. зменшились до 434373 тис.грн, можливо це пов'язано з подешевшанням деяких компонентів, необхідних для виготовлення продукції. Витрати на оплату праці склали 81117 тис.грн., що на 19159 тис.грн більше, ніж у 2017р., а відрахування на соціальні заходи зменшились до 17029 тис.грн. Амортизація зменшилась у 2019р. в порівнянні з 2018р. на 863 грн., що свідчить про краще використання основних і оборотних фондів, збільшення їх завантаження.

Аналіз даних таблиці свідчить про зменшення операційних витрат на підприємстві, і це призводить до необхідності зменшення обсягу реалізації або ціни.

Для аналізу використання матеріальних ресурсів скористаємось табл. 2.4.

Аналізуючи дані таблиці, можна зробити висновок, що матеріаломісткість в 2019р. знизилась до 0,83 і це поліпшує фінансове становище підприємства. Собівартість в 2019р. склала 416040 тис.грн, що на 21214 тис. грн. менше, ніж в 2018р.

Таблиця 2.4

Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів

Показник	2017р.	2018р.	2019 р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
				2018/ 2017	2019/ 2018	2018 /2017	2019/ 2018
Матеріаломісткість грн.	0,76	0,83	0,83	0,07	0	9,2	0
Матеріаловіддача, грн.	1,32	1,2	1,2	-0,12	0	-9,1	0
Питома вага матеріальних витрат в собівартості продукції, %	9,5	10,3	10,4	0,8	0,1	8,4	1

Основними причинами зменшення собівартості продукції могло стати – зменшення цін на енергоносії, погіршення процесу виробництва, використання старого обладнання, зменшення транспортних витрат.

2.2. Аналіз фінансового стану ПрАТ «Кременчуцький колісний завод»

Одна з найважливіших характеристик діяльності підприємства є його фінансово - економічний стан. Для оцінки динаміки фінансових результатів необхідно провести аналіз їх структури. Але перед цим доцільно проаналізувати структуру доходів і витрат. Аналіз структури та динаміки витрат і доходів свідчить про доцільність здійснення витрат у порівнянні з отриманими доходами. Для цього аналізу використовуються дані Звіту про фінансові результати [14].

Аналізуючи фінансовий стан підприємства, можна зробити висновок, що прибутки підприємства нестабільні. Чистий дохід від реалізації продукції зменшився до 526217 тис. грн., валовий прибуток до 110177 тис. грн., на відміну від прибутку від операційної діяльності, який збільшився на 5653 тис.грн у 2019р. в порівнянні з 2018р., прибуток до оподаткування збільшився на 7858 тис.грн. за аналогічний період, чистий прибуток зріс у

2019р. до 26473 тис.грн. у порівнянні з 2017р.

Показники прибутку, який в умовах ринкової економіки складає основу економічного розвитку підприємства є дуже важливими. Зростання прибутку створює фінансову базу для самофінансування, розширеного виробництва, розв'язання соціальних проблем та задоволення матеріальних проблем трудових колективів[12].

Аналіз показників рентабельності є важливою ланкою у формуванні результатів дослідження, адже показники рентабельності показують ступінь віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва продукції. Для дослідження показників рентабельності підприємства, скористаємось табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Показники рентабельності підприємства

Показник, %	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення	
				2018/ 2017	2019/ 2018
1	2	3	4	5	6
Рентабельність продукції	27,67	25,65	26,5	-2,02	0,85
Валова рентабельність реалізації	21,67	20,41	20,9	-1,26	0,49
Рентабельність оборотного капіталу	30,99	26,87	26,5	-4,12	-0,37
Рентабельність активів	9,81	5,87	6,6	-3,94	0,73
Рентабельність власного капіталу	10,56	6,69	9,5	-3,87	2,81
Рентабельність продажу	5,48	3,13	5,03	-2,35	1,9
Рентабельність основних засобів	17,21	9,8	12,6	-7,41	2,8
Рівень рентабельності виробництва	26,70	24,80	22,5	-1,90	-2,3

Аналіз показників рентабельності є важливою ланкою у формуванні результатів дослідження, адже показники рентабельності показують ступінь віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва продукції.

Рівень рентабельності продукції у 2019р. зріс до 26,5% і майже не змінний протягом аналізованого періоду і це є позитивним чинником. Підвищення рентабельності виробництва означає зростання віддачі на кожную гривню авансованих коштів і, тим самим, більш ефективне їх використання. Рентабельність реалізації 20,9% у 2019р., що на 1,5% менше, ніж у 2017р. Це може бути пов'язано зі зменшенням обсягів реалізації.

Рентабельність оборотного капіталу характеризує рівень прибутковості використовується підприємством оборотного капіталу. Цей показник у 2019р. становив 26,5% і це на 4% менше, ніж у 2017р.

Рентабельність активів(економічна рентабельність) характеризує – рівень прибутку, що створюється всіма активами підприємства, які перебувають у його використанні згідно з балансом. Показник рентабельності активів на дуже низькому рівні і дорівнює у 2019р. 6,6% і це на 4% менше, ніж у 2017р. Зменшення рівня рентабельності активів може свідчити про падаючий попит на продукцію підприємства й про перенагромадження активів.

Рентабельність власного капіталу (фінансова рентабельність) характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного в дане підприємство, тому найбільший інтерес представляє для наявних і потенційних власників й акціонерів й є одним з основних показників інвестиційної привабливості підприємства, тому що його рівень показує верхню межу дивідендних виплат. Коефіцієнт у 2019р. становив 9,5%, і це показує низьку ефективність використання власного капіталу.

Рентабельність продажу підприємства знаходиться на дуже низькому рівні. Це пов'язано зі скороченням рівнів продаж, зменшенням попиту на продукцію. Рентабельність основних засобів складає всього 12,6% у 2019р. Це може бути пов'язано з великим коефіцієнтом зносу основних засобів та нераціональним їх використанням. Рентабельність виробництва у 2019р. склала 22,5%, що на 4% менше, ніж у 2017р.. Зменшення цього показника свідчить про зниження ефективності господарської діяльності підприємства.

В цілому досліджується зменшення рентабельності по всіх показниках

у 2018р., а потім невелике збільшення у 2019р. Це може бути пов'язано зі зниженням попиту на продукцію, збільшенням витрат, зносом основних фондів. уже важливим для підвищення рентабельності є рівень морального і фізичного зносу основних фондів. Чим вищий ступінь зносу основних фондів, тим більше витрат несе підприємство на їх ремонт, а відповідно і тим вищий рівень браку чи втрат товарів у процесі їх зберігання. Тобто використання зношених основних фондів, морально застаріле обладнання не дозволяє розраховувати на збільшення рентабельності в перспективі.

Горизонтальний аналіз полягає в побудові однієї або декількох аналітичних таблиць, у яких абсолютні балансові показники доповнюються відносними темпами зростання (спаду).

Цінність результатів горизонтального аналізу суттєво знижується в умовах інфляції, коливань цін на ресурси та частих нововведень у податковому законодавстві, які впливають на розподіл доходу. В цій ситуації на деяких підприємствах з високими темпами обіговості коштів (задіяних переважно у секторі роздрібної торгівлі та наданні послуг) доцільним було б здійснення горизонтального аналізу з врахуванням не щоквартальних, а щомісячних змін показників у статтях балансу підприємства[2].

Аналізуючи дані активу балансу, позитивним показником є збільшення валюти балансу на 138729 грн. на кінець 2019р. в порівнянні з аналогічним періодом 2017р.

Необоротні активи зросли на 84775 тис.грн, а оборотні на 53954 тис.грн. Після 2017р. підприємство позбулося довгострокової дебіторської заборгованості, що є негативним чинником.

З кожним роком зростає вартість основних засобів на 12%. Це свідчить про зниження виробничого та збутового потенціалу підприємства.

Сума довгострокових фінансових вкладень, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємства, постійно зменшується, що призводить до зниження фінансового потенціалу підприємства та його сили як материнської компанії. Як результат, слід очікувати зниження процентних

доходів підприємства, отриманих у зв'язку з правом на дивіденди.

Досліджуючи оборотні активи, можна сказати, що виробничі запаси зросли у 2019р. до 53000 тис. грн.. У загальному випадку підвищення обсягу цього елементу активів позитивно впливає на безперервність виробничого і збутового процесу.

Надлишок оборотних активів у формі запасів означає, що частина капіталу підприємства не діє і не приносить прибутку. Водночас брак запасів буде гальмувати хід операційного процесу, уповільнюючи швидкість обороту засобів підприємства.

Але проблемою може бути їх надмірне накопичення, яке веде до залучення додаткових позикових коштів. Все це свідчить про скорочення обороту підприємства і негативні тенденції у його роботі.

Дебіторська заборгованість за розрахунками зменшилась до 11786 тис.грн., що є негативним показником. Для характеристики більш точної картини балансу підприємства потрібно дослідити пасив балансу.

За даними аналізу можна зробити висновок, що власний капітал зростає з кожним роком., що є позитивним показником. Нерозподілений прибуток збільшився до 63950 тис.грн.

Негативне значення показника є поганим явищем, яке свідчить, що зменшення власного капіталу суб'єкта господарювання відбувається за рахунок неефективної роботи менеджменту. Тож можна стверджувати, що менеджмент не здатний виконувати поставлені перед ним завдання і досягати цілей зростання добробуту інвесторів.

Довгострокові кредити банків зросли у 2019р. до 49700 тис.грн, тобто на протязі всього періоду підприємство активно залучає довгострокові позикові кошти банку.

У загальному випадку наявність довгострокових фінансових ресурсів позитивно впливає на ліквідність підприємства і створює ґрунт для проведення гнучкої фінансової політики.

Довгострокові зобов'язання зросли до 49700 тис.грн. у 2019р. В

порівнянні з 2013р., що на 563% більше.. Сума довгострокових зобов'язань постійно зростає, що з одного боку зменшує ризики втрати поточної ліквідності, але з іншого боку збільшує рівень процентних платежів.

Кредиторська заборгованість збільшується з кожним роком і це є негативним чинником для подальшого розвитку підприємства.

Поточні зобов'язання та забезпечення зросли у 2019р. в порівнянні за аналогічний період 2017р. на 138729 тис.грн. Сума короткострокових зобов'язань постійно зростає, що негативно впливає на поточну ліквідність.

Підприємство не формує резервів майбутніх витрат і платежів. Сума доходів майбутніх періодів залишається на стабільному рівні. Підприємство не розпоряджається доходами майбутніх періодів на протязі періоду дослідження.

Вертикальний аналіз дає уявлення про структуру засобів підприємства і їх джерел, виражених не в абсолютних одиницях, а в частках або відсотках.

За одиницю, або 100 %, приймається валюта балансу, і кожен абсолютний показник розраховується або в частках або відсотках по відношенню до підсумкового показником балансу. Відносні показники певною мірою звільнені від негативного впливу інфляційних процесів, що дозволяє проводити більш об'єктивний аналіз господарської діяльності в динаміці [16].

Досліджуючи вертикальну структуру активу балансу, можна зробити висновок, що найбільший відсоток активу балансу займають основні засоби, а саме 45,58%, і це на 6,96% більше, ніж у 2013р.

Також великий відсоток займають запаси, а саме 26,74% у 2019р., що на 5,39% менше, ніж у 2017р., що є негативним чинником. Але готова продукція має тенденцію до збільшення, що теж є негативним показником, адже обсяги реалізованої продукції знижуються, незавершене виробництво скоротилось на 1% за аналізований період.

Відсоток дебіторської заборгованості протягом аналізованого періоду зростає, що є позитивним показником. Первісна вартість і знос основних засобів зменшилися відповідно на 9% та 16,39%.

Частка основних засобів має тенденцію до збільшення, причому, протягом року відбулося зростання долі основних засобів у сумі балансу. З одного боку, це явище свідчить про політику підприємства щодо розширення матеріально-технічної бази підприємства та його технічного переозброєння.

З іншого боку, підприємство погіршило свої показники ліквідності й фінансової стійкості внаслідок вилучення коштів на поповнення оборотних активів. Підприємство не має поточних фінансових інвестицій, інших оборотних активів та необоротних активів утримуваних для продажу та групи вибуття.

Необоротні активи складають 47,11% від валюти балансу. Оборотні складають найбільший відсоток, і це – 52,8%. Тобто оборотні активи складають найбільшу частину активу балансу. Оборотні активи зменшуються, тим самим збільшуються необоротні активи, що є негативним чинником для підприємства.

Для аналізу більш точної динаміки структури балансу потрібно проаналізувати структуру пасиву балансу.

Найбільшу частину пасиву балансу складає власний капітал. У 2017р. він становив 64,43% від валюти балансу, а в 2019р. знизився до 57,06%, що говорить про низьку платоспроможність, напрочуд низькі показники ліквідності і фінансової стійкості й високий рівень ризику підприємства стати банкрутом.

Найбільшу частину власного капіталу у 2019р. складає додатковий капітал – 21,42%, і це на 4% більше, ніж у 2017р. Також велику частину займають резервний капітал – 10,9%, нерозподілений прибуток – 13,09% та зареєстрований капітал – 11,62%, що показує тенденцію до зниження всіх цих показників по відношенню з 2017р.

Довгострокові зобов'язання та забезпечення становлять лише 10,17% від загальної кількості валюти балансу і це на 8% більше, ніж у 2017р. Основну його частину складають довгострокові кредити банку. Поточні зобов'язання та забезпечення складають 32,77% від загальної кількості валюти балансу у

2019р., і це менше на 5%, ніж у 2018р., що є позитивною тенденцією. Найбільшу їх частину займають короткострокові кредити банків, а саме 16%, що на 6% менше, ніж у 2017р.

Також велику частину складає поточна кредиторська заборгованість за роботи, товари, послуги і складає 12,2%, що на 5% більше, ніж у 2013р., і це є негативним показником.

Проведемо аналіз ліквідності балансу. Баланс вважається ліквідним, якщо виконуються такі умови:

$$A1 > P1; A2 > P2; A3 > P3; A4 < P4$$

В нашому випадку ліквідність балансу відрізняється від абсолютної. Порівняння найбільш ліквідних коштів і швидко ліквідних активів з найтерміновішими зобов'язаннями і короткостроковими пасивами дозволяє оцінити поточну ліквідність.

Порівняння активів, що повільно реалізуються з довгостроковими і постійними пасивами відображає перспективну платоспроможність. Як і в нашому випадку, на більшості підприємств не виконується перша нерівність, адже при високій інфляції недоцільно утримувати в складі активів значну частку високоліквідних активів, тобто грошей і короткострокових цінних паперів, бо вони знецінюються в першу чергу. Тому є сенс переводити їх в інші, менш ліквідні активи, наприклад, запаси, сировину, матеріали.

Проведемо аналіз, та з'ясуємо, яку фінансову стійкість мало підприємство кожен період у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз фінансової стійкості ПрАТ «Кременчуцький колісний завод»

Назва	Позначення	2017	2018	2019
1	2	3	4	5
Наявність власних оборотних засобів	Нв= 1 розділ пасиву – 1 розділ активу	83352	62985	48612
Наявність довгострокових джерел формування запасів	Нд=Нв+2розділ пасиву	103352	81685	98312

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4	5
Показник загальної величини джерел формування запасів	$H_3 = H_d + 3$ розділ пасиву	210582	257153	258465
Вартість запасів	Зв	102283	107156	130708
Надлишок (нестача) власних оборотних засобів	$H_v - 3_v$	-18931	-44171	-82096
Надлишок (нестача) довгострокових джерел формування запасів	$H_d - 3_v$	1069	-25471	-32396
Надлишок (нестача) загальної величини джерел формування запасів	$H_3 - 3_v$	108299	149997	127757
Система умов		$H_3 > 3_v$	$H_d > 3_v$	$H_v > 3_v$
Тип фінансової стійкості		Нестійкий фін. стан	Нормальна фін. стійкість	Абсолютна фін. стійкість

У підприємства третій тип фінансової стійкості – нестійке становище. Власні оборотні кошти не можуть покрити вартість запасів. Спостерігається порушення платоспроможності, але зберігається можливість відновлення рівноваги внаслідок поповнення джерел власних коштів, скорочення дебіторської заборгованості, прискорення оборотності запасів.

Підприємство має недостачу власних оборотних засобів, а починаючи з 2018р. і недостачу довгострокових джерел формування.

Для дослідження фінансової стійкості підприємства скористаємося даними табл. 2.7.

За даними табл.2.7, власні обігові кошти за період з 2018р. по 2019р. зросли до 98312 тис.грн. Власні обігові кошти - оборотні активи, які фінансуються за рахунок власного капіталу і довгострокових зобов'язань. Наявність власних обігових коштів означає не лише здатність платити поточні борги, а й можливість розширити виробництво.

Показники фінансової стійкості підприємства

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
				2018/ 2017	2019/ 2018	2018/ 2017	2019/ 2018
Власні обігові кошти (робочий капітал)	103352	81685	98312	-21667	16685	-21	20,4
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,5	0,32	0,38	-0,18	0,04	-36	18,75
Маневреність робоч. капіталу	0,99	1,31	1,33	0,32	0,02	32,3	1,5
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	0,92	0,76	0,75	-0,16	-0,01	-17,3	-1,3
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,65	0,58	0,57	-0,07	-0,01	-10,7	-1,3
Коефіцієнт маневреності власного оборот. капіталу	0,42	0,3	0,35	-0,12	0,05	-28,6	16,6
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,71	0,62	0,67	-0,09	0,05	-12,7	16,6

Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами знизився у 2019р. у порівнянні з 2017р. на 0,12, що означає що можливість перетворення активів у ліквідні кошти знижується з кожним роком. Маневреність робочого капіталу збільшилась у 2019р. до 1,32. Збільшення запасів призводить до уповільнення оборотності обігових коштів, в умовах інфляції – до залучення дорогих кредитів, що зменшує платоспроможність підприємства.

Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів у 2017р. складав 0,92, а у 2019р. знизився до 0,72. Тобто запаси, що мають найменшу

ліквідність у складі оборотних активів, забезпечені довгостроковими стабільними джерелами. Коефіцієнт фінансової незалежності характеризує можливість підприємства виконати зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів і більший 0,5, а отже підприємство незалежне від позикових джерел, але у порівнянні з 2017р., у 2019р. цей показник знизився до 0,57, тобто на 10%.

Коефіцієнт залежності збільшується у 2019р. до 0,43, а отже збільшується і ступінь залежності підприємства від зовнішніх зобов'язань. Коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу нижчий 0,5 і має тенденцію до зниження з кожним роком, а отже зменшується частка власних обігових коштів у власному капіталі. Коефіцієнт фінансової стійкості низький, а це означає, що зменшується частка стабільних джерел фінансування у їх загальному обсязі.

Аналіз платоспроможності та ліквідності підприємства наведений у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Показники платоспроможності та ліквідності підприємства

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
				2018/ 2017	2019/ 2018	2018/ 2017	2019/ 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт оборотності запасів	3,31	4,17	3,5	0,86	-0,67	26	-16,1
Тривалість одного обороту запасів	16,8	15,6	18,9	-1,2	3,3	-7,1	21,1
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,04	3,9	4,4	-0,14	0,5	-3,5	12,8
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	9,5	6,1	5,3	-3,4	-0,8	-35,7	-13,1

Продовження табл.2.8

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт покриття	1,96	1,47	1,61	-0,49	0,14	-25	9,5
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1	0,85	0,8	-0,15	-0,05	-15	-5,9
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,04	0,12	0,13	0,08	0,01	3	8,3

Коефіцієнт оборотності запасів з 2018р. по 2019р. мав тенденцію до зменшення, що свідчить про неефективне використання запасів підприємства, а отже і збільшується тривалість одного обороту. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує, що протягом трьох років він збільшився з 4,04 до 4,4, що є позитивним явищем і покращує фінансову стійкість підприємства. Коефіцієнт покриття у 2017р. становив 1,96, у 2019 – 1,61 і це означає, що підприємство не може погасити свої зобов'язання за рахунок поточних активів підприємства. Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2019р. становить 0,13, це означає, що підприємство може негайно погасити тільки 13% своїх короткострокових зобов'язань.

Отже, на основі статистичних даних був проведений аналіз підприємства ПрАТ «Кременчуцький колісний завод». Побачили як змінились показники, та зробили відповідні висновки про його техніко – економічний та фінансовий стан. ПрАТ «Кременчуцький колісний завод» у досить поганому становищі, підприємство є платоспроможним, але не ефективно функціонує на ринку та отримує незначні прибутки. Підприємство має нестійке фінансове становище. Спостерігається порушення платоспроможності, але зберігається можливість відновлення рівноваги внаслідок поповнення джерел власних коштів, скорочення дебіторської заборгованості, прискорення оборотності запасів. Зменшуються обсяги виробництва, реалізації продукції. Також підприємству потрібна модернізація виробництва, адже відбувається знос основних фондів.

На діяльність підприємства негативно впливає значне зниження обсягів виробництва та реалізації продукції, зростання цін на енергоносії,

металопрокат, а також зростання витрат на заробітну плату у зв'язку з виконанням вимог галузевої угоди спричинене загальною світовою фінансовою кризою, зростання курсу іноземних валют, та відсотків за наданими кредитами банків.

Різке зменшення продажів значною мірою пояснюється зростанням конкуренції на ринку причепів Російської Федерації та Республіки Білорусь, а також зростанням вартості причепів нашого виробництва, що робить їх продаж менш вигідним, ніж продаж продукції конкурентів.

Висновки до розділу 2.

1. Приватне акціонерне товариство «Кременчуцький колісний завод» ПРАТ "Кременчуцький колісний завод" – це єдине в Україні спеціалізоване підприємство з виробництва коліс та ободів різних конструкцій, призначених для легкових і вантажних автомобілів, автопричепів, автобусів, тролейбусів, тракторів, комбайнів та іншої сільськогосподарської техніки.

2. Обсяг реалізованої продукції підприємства в 2019р. склав 522293,5 тис.грн, що на 94857,3 тис.грн менше, ніж в 2017р., що означає, підприємство зменшило обсяги реалізації продукції на 4,3%. Це означає, що ринкові потреби та потреби конкретних споживачів зменшились.

3. У процентному співвідношенні (в грошовому виразі) частка різних споживчих ринків по географічній ознаці виглядає так: Росія і країни СНД – 53,4% обсягу реалізації колісної продукції, Україна – 40,3%, далеке зарубіжжя – 6,3%. Головним експортером раніше була Росія, але в умовах кризи та політичної ситуації в країні, постачання до Російської Федерації майже призупинилося .

4. Аналізуючи фінансовий стан підприємства, можна зробити висновок, що прибутки підприємства нестабільні. Чистий дохід від реалізації продукції зменшився до 526217 тис. грн., валовий прибуток до 110177 тис. грн., на відміну від прибутку від операційної діяльності, який збільшився на 5653 тис.грн у 2019р. в порівнянні з 2018р., прибуток до оподаткування збільшився на 7858 тис.грн. за аналогічний період, чистий прибуток зріс у

2019р. до 26473 тис.грн. у порівнянні з 2017р.

5. В результаті проведеного аналізу рентабельності встановлено: рівень рентабельності продукції у 2019р. зріс до 26,5% і майже не змінний протягом аналізованого періоду і це є позитивним чинником; рентабельність реалізації 20,9% у 2019р., що на 1,5% менше, ніж у 2017р.; рентабельність оборотного капіталу у 2019р. становив 26,5% і це на 4% менше, ніж у 2017р.; рентабельність активів(економічна рентабельність) на дуже низькому рівні і дорівнює у 2019р. 6,6% і це на 4% менше, ніж у 2017р; рентабельність продаж підприємства знаходиться на дуже низькому рівні. рентабельність виробництва у 2019р. склала 22,5%, що на 4% менше, ніж у 2017р..

6. Кредиторська заборгованість збільшується з кожним роком і це є негативним чинником для подальшого розвитку підприємства.

Поточні зобов'язання та забезпечення зросли у 2019р. в порівнянні за аналогічний період 2017р. на 138729 тис.грн. Сума короткострокових зобов'язань постійно зростає, що негативно впливає на поточну ліквідність.

Підприємство не формує резервів майбутніх витрат і платежів. Сума доходів майбутніх періодів залишається на стабільному рівні. Підприємство не розпоряджається доходами майбутніх періодів на протязі періоду дослідження.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ КОЛІСНИЙ ЗАВОД»

3.1. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод»

Мета аналізу зовнішньоекономічної діяльності полягає, перш за все, в оцінці, а також виявленні та мобілізації резервів подальшого підвищення її якості, ефективності та аналітичному супроводі етапів технології прийняття управлінських рішень.

Для оцінки зовнішньоекономічної діяльності запропоновані різні підходи на основі показників, що характеризують масштаб, рівень розвитку, збалансованість зовнішньоторговельної діяльності та показники її ефективності. Як узагальнюючий пропонується показник бюджетної ефективності зовнішньої торгівлі, який визначається шляхом зіставлення витрат на виробництво продукції, аналогічної імпортової, і виробництво експортних товарів. Також необхідно додатково врахувати: курсові різниці - виникають через інший грошовий оцінки результатів і витрат; додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній у зв'язку з підвищеним ступенем ризику в господарської, інвестиційної, фінансової діяльності; збільшення витрат внаслідок наявності додаткових механізмів державного регулювання, перш за все тарифно-митного; порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (цінової, показники якості, часовий лаг); дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом; особливості різних видів зовнішньоекономічних угод (експорт, імпорт та ін.); ряд показників, що характеризують рівень ефективності використання окремих видів витрат і ресурсів; підвищені вимоги зарубіжних ринків до пропонованих товарів, сервісу, потребують обробки великої кількості інформації з різних джерел, що

також впливає на обсяг витрат [27].

Наведемо аналіз ринки збуту колісної продукції ПрАТ «Кременчуцький колісний завод».

У процентному співвідношенні частка різних споживчих ринків по географічній ознаці за 3 роки виглядає так (табл.3.1):

Таблиця 3.1

Основні ринки збуту колісної продукції

Ринок збуту	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення(%)	
				2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
Країни СНД,%	66	65	53,4	-1	-11,6	-1,5	-17,8
Україна,%	27	30	40,3	3	10,3	11	34,3
Європа,%	7	7	6,3	0	-0,7	0	-10

З даних табл.3.1 видно, що значно знизився за останні 2 роки експорт продукції до країн СНД на 12%. Збільшились поставки на внутрішньому ринку, тому що є потреба створення воєнної техніки, а також через стрибки курсу валют дешевше закуповувати вітчизняну продукцію.

Більша частина продукції “Кременчуцького колісного заводу” іде на експорт. Але якщо у 2017р. цей показник складав 73%, то у 2019р. він зменшився до 59,7%. В умовах кризи та політичної ситуації в країні, цей показник буде знижуватися і надалі. Основною країною-імпортером колісної продукції була Росія, але через економічні та політичні умови постачань до Російської Федерації зведена на нівець, а отже і зменшується попит на продукцію.

Новими ринками збуту можуть стати ті країни, в яких мало розвинена машинобудівна галузь, або недостатня якість виготовленої продукції. Це, наприклад, Білорусь, Молдова, Азербайджан, Узбекистан, Казахстан.

Для дослідження обсягу реалізованої продукції, що іде на експорт в грошовому еквіваленті розглянемо табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Обсяг реалізованої експортної колісної продукції

Обсяг реалізованої продукції, тис.грн.	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення(%)	
				2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
Країни СНД	297459,6	354609,9	278904,7	57150,3	-75705,2	19,2	-21,3
Європа	31548,7	38188,7	32904,5	6640	-5284,3	21,04	-13,8
Всього обсяг реалізованої продукції	450696,4	545553,7	522293,5	94857,3	-23260,2	21,04	-4,3

З даних табл.3.2 видно, що збільшення обсягів усієї реалізованої продукції ніяк не відображається на обсягах експортованої. Це означає, що збільшення обсягів реалізації відбувається лише завдяки зростанню попиту на внутрішньому ринку. Не дивлячись на збільшення обсягів реалізації, кількість експортованої продукції до країн СНД зменшилась на 75705,2 тис. грн.

Різке зменшення продажів значною мірою пояснюється зростанням конкуренції на ринку колісної продукції Республіки Білорусь.

Основними конкурентами з постачання легкових коліс та коліс малої вантажопід'ємності є ТОВ "Мефро Вілз Тольятті", ВАТ "ЧКПЗ", ТОВ "Мефро Вілз Заїнськ", ВАТ "ГАЗ" та "Ферганський механічний завод", "Тольяттінський завод сталевих коліс" та китайські виробники (виробляють широку гаму коліс до автомобілів різних моделей).

Обсяги реалізованої експортної продукції за видами наведено в табл. 3.3. З таблиці 3.3 видно, що найбільшою популярністю користуються саме колеса до тракторів, комбайнів та інших с/г машин і їх попит росте з кожним роком. Аналіз показує, що по всім видам виготовляємої продукції відбувається спад попиту.

Таблиця 3.3

Обсяг експорту за видами продукції

Вид продукції, шт.	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
				2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Колеса до легкових автомобілів та автомобілів малої під'ємності	1044750	731196	342618	-313554	-388577	-30,01	-53,1
Колеса до вантажних автомобілів та автобусів	68053	47465	19958	-20588	-27507	-30,2	-57,9
Колеса до тракторів та інших с/г машин	172797	177516	185973	4719	8457	2,7	4,7
Причепи	2571	1534	302	-1037	-1232	-40,3	-80,3
Всього	1285531	956161	548551	-329370	-407609	-25,6	-42,6

Зовнішньоторговельна політика ПРАТ “Кременчуцький колісний завод” орієнтована на досягнення високої якості продукції на рівні закордонних стандартів, і в остаточному підсумку, підвищення рентабельності виробництва.

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ “Кременчуцький колісний завод” пропонується такі напрями роботи, як: орієнтація на інтереси підприємства; врахування інтересів учасників зовнішньоекономічної діяльності; комплексність і збалансованість оцінки; трансформація показників до ринкових умов; конкретизація показників під певні стратегічні завдання; необхідність оцінки впливу на основні показники господарської діяльності об'єкта (підприємства, економічного регіону і т.д.).

Зовнішньоекономічна діяльність реалізується підприємством у формі

експорту продукції що виробляється. Ефективність експорту товарів визначається економіко статистичними методами. Найбільш прийнятним з них здаються методи зіставлення виручки-нетто до повних витрат підприємства на експорт, які включають витрати на виробництво і реалізацію продукції. На неї впливають такі фактори як експортна ціна, обсяги реалізованої продукції, рівень накладних витрат, собівартість одиниці товару. показник економічної ефективності експорту розраховується за формулою [6]:

$$E = \frac{B}{3} = \frac{(O_o * Ц)}{(O_o * C + H)}, \quad (3.1)$$

де Е - показник економічної ефективності експорту, %;

В - виручка від реалізації товарів, грн.;

О - обсяг продажів коліс за рік;

Ц - середня ціна, грн.;

С - собівартість, грн.;

Н - накладні витрати, грн.

Розрахуємо показники ефективності експорту (табл.3.4).

Ефективність експорту за аналізовані 3 роки є стабільною. Коефіцієнт більше 1, а отже підприємство ефективно проводить свою зовнішньоекономічну діяльність. Отже, реалізація товарів на зовнішніх ринках є досить вигідною і потрібно надалі спрямовувати свої сили на підвищення обсягів реалізації продукції за кордон та пошуків нових країн-експортерів.

Підвищення або зниження ефективності експорту пов'язане з зміною виручки, собівартості і накладних витрат. Розрахуємо вплив факторів на ефективність експорту.

Таблиця 3.4

Показники ефективності експорту колісної продукції

Показник	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
				2018/ 2017	2019/ 2018	2018/ 2017	2019/ 2018
Обсяг продажів за рік, шт.	1761000	1328000	918846	-433000	-409154	-24,59	-30,81
Середня ціна, грн.	415,5	492,3	522,9	76,8	30,6	18,48	6,22
Собівартість, грн.	290,85	344,61	366,03	53,76	21,42	18,48	6,22
Виручка від реалізації товарів, грн.	454044	549400	5262170	95356	-23188	21	-4,22
Накладні витрати, грн.	248784	297461	279620	48677	-17841	19,5	-6
Ефективність експорту	1,43	1,427	1,417	-0,003	-0,01	-0,21	-0,7

Вплив всіх складових на показник ефективності визначається прийомом «ланцюгових підстановок». Для визначення ступеня залежності ефективності експорту від всіх факторів за рік необхідно здійснити послідовну підстановку всіх показників року в розрахунок ефективності експорту за попередній рік.

Вплив усіх факторів на показник ефективності експорту колісної продукції в 2018р.:

1. Зміна обсягу продажів:

$$E = \frac{B}{3} = \frac{(O_o * C)}{(O_o * C + H)} = \frac{(1328000 * 415,5)}{(1328000 * 290,85 + 248784)} = 1,2$$

Отже, при зниженні обсягу продажів у 2017р. до 1328000 штук, показник ефективності знизився з 143% до 120%. Тобто зменшення обсягів виробництва буде негативно впливати на ефективність експортної діяльності підприємства.

$$2. \text{ Середній рівень цін: } E = \frac{B}{3} = \frac{(O * C_o)}{(O * C + H)} = \frac{(1328000 * 492,3)}{(1328000 * 290,85 + 248784)} = 1,69$$

Збільшення ціни колісної продукції дозволить збільшити ефективність

експорту на 27%.

$$3. \text{ Зміна собівартості: } E = \frac{B}{3} = \frac{(O * C)}{(O * C_o + H)} = \frac{1328000 * 492,3}{(1328000 * 344,61 + 248784)} = 1,4$$

Збільшення витрат на виробництво призводить до зменшення ефективності експорту продукції.

4. Зміна накладних витрат:

$$E = \frac{B}{3} = \frac{(O * C)}{(O * C + H_o)} = \frac{1328000 * 492,3}{(1328000 * 344,61 + 297461)} = 1,42$$

Таким чином, збільшення накладних витрат може призвести до зниження ефективності експорту. Наше підприємство не має різкого збільшення накладних витрат, тому і ефективність експорту залишається незмінною.

Вплив усіх факторів на показник ефективності експорту колісної продукції в 2019 р.:

1. Зміна обсягу продажів:

$$E = \frac{B}{3} = \frac{(O_o * C)}{(O_o * C + H)} = \frac{(918846 * 492,3)}{(918846 * 344,61 + 297461)} = 1,4$$

Зменшення обсягів виробництва буде негативно впливати на ефективність експорту, в нашому випадку воно залишилось без змін за рахунок збільшення ціни та собівартості за одиницю продукції.

$$2. \text{ Середній рівень цін: } E = \frac{B}{3} = \frac{(O * C_o)}{(O * C + H)} = \frac{(918846 * 522,9)}{(918846 * 344,61 + 297461)} = 1,51$$

Збільшення ціни колісної продукції дозволить збільшити ефективність експорту.

$$3. \text{ Зміна собівартості: } E = \frac{B}{3} = \frac{(O * C)}{(O * C_o + H)} = \frac{918846 * 522,9}{(918846 * 366,03 + 297461)} = 1,4$$

Збільшення витрат на виробництво призводить до зменшення ефективності експорту продукції.

4. Зміна накладних витрат:

$$E = \frac{B}{3} = \frac{(O * C)}{(O * C + H_o)} = \frac{918846 * 522,9}{(918846 * 366,03 + 279620)} = 1,41$$

Збільшення накладних витрат може призвести до зниження ефективності

експорту коліс.

Підсумовуючи аналізовані дані складових показника ефективності експорту у 2017-2019рр. можна зробити висновок, що причиною низького зростання ефективності продажів є неможливість за короткий час збільшувати кількість виробництва та реалізації продукції. Собівартість на даний момент дуже висока і зростає з кожним роком, а отже і зростає ціна на продукцію, тому потрібно шукати шляхи зниження собівартості, завдяки зниженню деяких операційних відрахувань, за рахунок купівлі дешевшої сировини вітчизняного виробництва чи вигіднішого співробітництва з закордонними підприємствами для підвищення якості виготовленої продукції.

При формуванні системи економічних показників слід враховувати, що до них пред'являються особливо високі вимоги, тому що саме на їх основі приймаються господарські рішення, здійснюється планування, матеріальне стимулювання, управління виробництвом в цілому.

Економічні показники повинні розглядатися як єдність кількісних і якісних характеристик. Виходячи з цього слід виділити ознаки, якими повинні характеризуватися показники вимірювання економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності: зв'язок зі стратегічними цілями підприємства; схильність до впливу (показник, на який не в змозі впливати учасники виробничого процесу, не представляє цінності); однозначність (з його допомогою має вимірюватися певну якість економічного процесу); можливість кількісної оцінки; чутливість (показник повинен відображати зміна в якості процесу); можливість формалізації стану процесу, явища на основі математичного апарату; здатність об'єктивно і адекватно характеризувати стан окремих елементів або системи в цілому на конкретний момент або за певний період; визначення показників з урахуванням результатів опитувань клієнтів співробітників, даних минулої діяльності і підприємницької оцінки[18].

Також при підвищенні прибутковості підприємства істотна роль відводиться для доброякісного зберігання його продукції. Тому

“Кременчуцький колісний завод” для задоволення споживачів використовує сучасні технології пакування готової продукції. Пакетування коліс здійснюється на автоматичних лініях. Пофарбовані колеса укладаються на дерев'яні піддони в кілька ярусів і перекладаються між собою по висоті прокладками. Сформовані пакети стягуються поліпропіленовими пакувальними стрічками, кінці стрічок скріплюються металевими скобами.

3.2 Обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ “Кременчуцький колісний завод”

Кременчуцький колісний завод експортував 70% всієї виготовленої продукції закордон. За останні роки відбулося зменшення цього показника на 10%. Тому саме зараз дуже важливо розвивати свою зовнішньоекономічну діяльність для покращення роботи всього підприємства.

Головною стратегією Кременчуцького колісного заводу є збільшення попиту на продукцію як в країнах СНД, так і на світовому з більш високою якістю продукції, збереженням конкурентної ціни, зайняття лідируючих позицій на всьому пострадянському просторі, країн Європи та Азії, формування іміджу високо конкурентного підприємства.

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідно:

По-перше, важливою складовою в покращенні зовнішньоекономічної діяльності підприємства є маркетингова діяльність (табл.3.5)

Таблиця 3.5

Витрати на маркетингову діяльність

Заходи	Ціна, тис.грн
Реклама на ТВ та пресі	20
Реклама в інтернеті	15
Каталоги та буклети з продукцією	7,6
Розвиток сайту підприємства	5

Опитування споживачів для задоволення їх потреб та покращення продукції	4,7
Інше	10,8
Разом	63,8

Термін окупності після вкладання інвестицій на маркетингову діяльність розрахуємо за формулою:

$$T = \frac{IC}{P}, \quad (3.2)$$

де IC – величина інвестицій;

P – щорічний чистий дохід

Тобто $T = \frac{63800}{26473} = 2,4$, а отже інвестиції в маркетингову діяльність окупляться через 2,4 роки.

Ефективна маркетингова діяльність дозволить збільшити попит на продукцію та виходити на нові ринки збуту. Завдяки успішній маркетинговій компанії будуть рости обсяги виготовлення та реалізації продукції. Завдяки збільшенню цих обсягів підприємство отримає більше коштів, що і покриє витрати, що були витрачені на маркетингову діяльність. В наш час, гарно побудована стратегія маркетингу дасть змогу підприємству покращити свою діяльність та своєчасно вдосконалювати свою продукцію згідно до потреб споживачів.

По-друге, це розширення асортименту продукції. Кожного року підприємства випускають нову, модернізовану техніку, тому дуже важливо вчасно оновлювати продукцію для задоволення нових потреб споживачів та мати змогу конкурувати з підприємствами з аналоговою виробами. При цьому дуже важливо спрогнозувати очікуваний попит на продукцію, адже нові товари у короткотерміновому періоді погіршують економічну ситуацію підприємства через збільшення витрат на виробництво та реалізацію. У довгостроковому періоду існує залежність між фінансовою стійкістю підприємства та його інноваційною діяльністю. Так за даними журналу

“Bussiness Week” 49% доходів компаній, та є лідерами на своїх ринках, обсяги прибутку та приріст попиту одержано завдяки товарам, які були запроваджені за останні 5 років[17]. Так за аналізований період підприємство випустило нові колеса до с/г техніки та освоєно виробництво коліс до автомобілів: Ford Mondeo, Scorpio, SKODA Octavia, Volkswagen Polo Sedan, TOYOTA Auris. Наше підприємство є достатньо конкурентним та займає лідируючі позиції на ринках колісної продукції, тому розширення асортименту продукції стане початком покращення зовнішньоекономічної діяльності, а отже і стану підприємства в цілому. Кількість нової продукції наведено у таблиці 3.6:

Таблиця 3.6

Показники кількості нової продукції

Вид продукції	Показник	Значення
Колеса до легкових автомобілів	Кількість, шт.	30000
	Ціна, грн.	211,14
	Собівартість, грн.	147,8
Колеса до вантажних автомобілів	Кількість, шт.	10000
	Ціна, грн.	1585,86
	Собівартість, грн.	1100,1
Колеса для с/г техніки	Кількість, шт.	50000
	Ціна, грн.	1071,67
	Собівартість, грн.	750,17

Спираючись на данні про собівартість продукції та дохід від реалізації, можна розрахувати валовий та прогнозний прибуток (табл.3.7):

Таблиця 3.7

Прогнозовані результати від реалізації нової продукції

Показник	Фактично	Зміна	У майбутньому
Дохід від реалізації продукції, тис. грн.	454044	86054	540098
Собівартість продукції, тис. грн.	416040	63067	479107
Валовий прибуток, тис. грн.	38004	22987	60991

Згідно з даними, можна зробити висновок, що при реалізації заходів щодо виготовлення нової кількості продукції, дохід від реалізації продукції

сума прибутку зросте на 86054 тис. грн, а в свою чергу валовий прибуток на 22987 тис. грн. Період окупності після вкладання інвестицій у виробництво нових видів продукції становитиме 3,7, тобто збільшення прибутку підприємство матиме вже через 3,7 роки.

Одним із головних напрямів підвищення ЗЕД є завоювання нових ринків збуту. Зовнішня політика підприємства націлена більше на Росію та країни СНД. Тому головним завданням заводу є пошук нових країн-імпортерів нашої продукції у Європі та Азії. Конкурування, наприклад, з китайською продукцією є дуже важким, адже вони виграють завдяки дешевизні та швидкості продажу, але зазвичай така продукція неякісна та швидко зношується. Тому потрібно націлитися на виробництво саме високоякісної продукції, яка зможе задовольнити потреби споживачів за рахунок відповідності Європейським стандартам якості.

ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» має в своєму складі центр випробувань коліс, оснащений унікальним випробувальним обладнанням, яке дозволяє проводити всі види випробувань автомобільних коліс, на відповідність Європейським правилам ЄЕК ООН і стандартам України та Російської Федерації. Так, в центрі випробувань постійно проводяться випробування коліс, що виготовляються не тільки на нашому підприємстві, а і на підприємствах країн СНД, і в країнах далекого зарубіжжя. Саме це може допомогти підприємству залучити до співпраці іноземні підприємства та довести рівень якості продукції, що випускається.

Також для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності пропонується створити більш вигідні умови, ніж у підприємств-конкурентів. Це можуть бути знижки на купівлю значної кількості продукції, надання відстрочки платежів та можливість купівлі товарів в кредит. Також можна запровадити систему акцій та знижок за надання окремих послуг. Підприємство займається не тільки безпосередньо виготовленням коліс, а і надає послуги в промисловому фарбуванні сталених виробів катодорізним ґрунтом, термоочистці деталей від фарб, проектування, виготовлення і монтаж

металоконструкцій будь-якої складності. Ці унікальні технології дозволять підприємству збільшити попит на продукцію та надавати послуги, яких не мають конкуренти.

Головним економічним ризиком для діяльності підприємства є стрибки та підвищення курсу валют, адже це призводить до незапланованих збитків.

Ризики коливання курсу валют обумовлені наявністю у ПРАТ "Кременчуцький колісний завод" кредитів в іноземних валютах. У зв'язку з цим, найбільшим ризиком є збільшення курсу. Даний ризик може бути знижений наступними способами:

- переходом від кредитів в іноземній валюті до кредитів в гривнях при рефінансуванні поточного кредитного портфеля,
- використанням гривень у валютних контрактах на поставку колісної продукції до Європи;

- збільшенням валютної виручки в іноземній валюті, у зв'язку із зростанням обсягів продажів у Європу, Азію та країни СНД.

На основі цієї інформації можна зробити висновок, що головним джерелом прибутку колісного заводу є дохід від зовнішньоекономічної діяльності. Збільшення реалізованої продукції за кордон призведе у подальшому до збільшення прибутків підприємства.

ПРАТ "Кременчуцький колісний завод" займається реалізацією своєї продукції на зовнішніх ринках як напряму, так і через дилерську мережу. Пошук нових ринків збуту у таких країнах, як Білорусь, Молдова, Азербайджан, Узбекистан є досить доцільним, адже наше підприємство може запропонувати товар за більш низькою ціною, ніж європейські підприємства, завдяки чому і будуть приваблювати іноземних інвесторів. Також дуже важливим фактором в цих країнах є гнучка законодавча система щодо квотування та розмитнення товарів, що є позитивним моментом для нашого підприємства.

Для запобігання збільшенню витрат при реалізації продукції на нові ринки потрібно працювати за методом непрямого експорту, тобто проводити

збут продукції саме через посередників та дилерів, а не самостійно. Це дозволить позбавитися помітної частини витрат на реалізацію продукції та перекладе усі небезпеки на своїх контрагентів. Звісно, частина грошових надходжень буде ідти контрагентам. Дохід від реалізації зменшиться, однак зменшаться і витрати, бо підприємству не доведеться формувати особисту мережу реалізації товару, тобто магазини. Посередники будуть прощтовхувати продукцію заводу на зовнішні ринки, тобто підприємство буде більше приділяти увагу до співробітництва з посередниками, а отже покращить свою конкурентну позицію.

Отже, аналізуючи дані ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» можна зробити висновок, що підприємство знаходиться у досить непоганому стані для проведення своєї зовнішньоекономічної діяльності, адже товарна продукція підприємства на світовому ринку представлена широким асортиментом колісної продукції та наданням різноманітних послуг.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності показав, що для збільшення обсягів експорту за кордон необхідно досягти певних цілей. Головною задачею на сьогодні є пошук нових ринків збуту, тобто розширення зовнішньоторговельних зв'язків з країнами, що мають платоспроможний попит на нашу продукцію.

Також необхідно підсилити роль державної підтримки у формі страхування зовнішньоекономічної діяльності та надання державних кредитів для збільшення можливостей підприємства.

Також пріоритетним напрямком є створення нової продукції, яка буде задовольняти нові потреби споживачів і тим самим збільшить попит на виготовлену продукцію, а маркетингова діяльність дозволить більшій кількості споживачів дізнатися про якість, асортимент та цінову політику підприємства.

Висновки до розділу 3.

1. В результаті проведеного аналізу зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» встановлено:

- значно знизився за останні 2 роки експорт продукції до країн СНД на

12% через напружену політичну ситуацію в Росії, яка. Збільшилися поставки на внутрішньому ринку, тому що є потреба створення воєнної техніки, а також через стрибки курсу валют дешевше закуповувати вітчизняну продукцію;

- більша частина продукції «Кременчуцького колісного заводу» іде на експорт. Але якщо у 2017р. цей показник складав 73%, то у 2019р. він зменшився до 59,7%. В умовах кризи та політичної ситуації в країні, цей показник буде знижуватися і надалі. Основною країною-імпортером колісної продукції була Росія, але через економічні та політичні умови постачань до Російської Федерації зведена на нівець, а отже і зменшується попит на продукцію;

- зовнішньоторговельна політика ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» орієнтована на досягнення високої якості продукції на рівні закордонних стандартів, і в остаточному підсумку, підвищення рентабельності виробництва

- ефективність експорту за аналізовані 3 роки є стабільною. Коефіцієнт більше 1, а отже підприємство ефективно проводить свою зовнішньоекономічну діяльність. Отже, реалізація товарів на зовнішніх ринках є досить вигідною і потрібно надалі спрямовувати свої сили на підвищення обсягів реалізації продукції за кордон та пошуків нових країн-експортерів.

2. Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ “Кременчуцький колісний завод” пропонується такі напрями роботи, як: орієнтація на інтереси підприємства; врахування інтересів учасників зовнішньоекономічної діяльності; комплексність і збалансованість оцінки; трансформація показників до ринкових умов; конкретизація показників під певні стратегічні завдання; необхідність оцінки впливу на основні показники господарської діяльності об'єкта (підприємства, економічного регіону і т.д.).

3.В результаті обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ “Кременчуцький колісний завод» встановлено:

- інвестиції в маркетингову діяльність окупляться через 2,4 роки;
- при реалізації заходів щодо виготовлення нової кількості продукції,

сума прибутку зросте на 60991 тис. грн.;

- період окупності після вкладання інвестицій у виробництво нових видів продукції буде становити 3,7 роки.

4. Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності пропонується:

- створити більш вигідні умови, ніж у підприємств-конкурентів;
- запровадити систему акцій та знижок за надання окремих послуг;
- продовжити впровадження унікальні технології фарбуванні сталейних виробів катодним грунтом, термоочистці деталей від фарб, проектування, виготовлення і монтаж металоконструкцій будь-якої складності.

5. Впровадження в діяльність ПРАТ «Кременчуцький колісний завод» обґрунтованих напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, унікальних технологій, дозволить підприємству значно розширити зовнішньоторговельні зв'язки.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами дослідження теми «Обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України» на прикладі ПрАТ «Кременчуцький колісний завод», сформовано наступні висновки і пропозиції.

1. Сучасний етап розвитку світового ринку характеризується високою конкурентністю, перш за все в світі. Глобалізація представляється системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, всіх сфер людської діяльності, в результаті чого спостерігається прискорене економічне зростання, прискорення впровадження сучасних технологій і методів управління. Підвищення взаємозалежності національних економік, активізація інтеграційних процесів веде до об'єктивної необхідності використання глобального підходу до ведення бізнесу. У цих умовах зовнішньоекономічна діяльність стає усе більш помітною складовою частиною господарської діяльності підприємств і організацій.

2. Зовнішньоекономічна діяльність є складовою частиною виробничо-господарської діяльності підприємства з традиційними цілями і завданнями, а також є важливим резервом економічного зростання, першочерговим заходом підвищення рентабельності і стійкості підприємства і відноситься до числа тих видів діяльності, які забезпечують виживання підприємства в конкурентній боротьбі.

3. У сучасних складних умовах українським підприємствам необхідна налагоджена система управління ЗЕД, так як підприємства сьогодні діють в умовах жорсткої конкуренції, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.. Підприємству, що працює на глобальному ринку, необхідно мати гнучку систему управління і можливості мобілізації своїх ресурсів, щоб врівноважити дію нестабільних ринків на результати своєї діяльності.

4. Вимірювання, оцінка та аналіз ефективності ЗЕД підприємства може проводитися на основі системи, представленої трьома блоками показників, що

відображають концептуальний підхід до змісту критерію ефективності:

перший блок показників характеризує загальний економічний результат ЗЕД;

другий блок - ефективність продажів на зовнішні ринки з позиції абсолютних і відносних показників; третій блок - ефективність праці працівників підрозділу.

5. В результаті проведеного фінансового-господарського аналізу встановлено, що ПрАТ «Кременчуцький колісний завод» знаходиться у досить поганому становищі, підприємство є платоспроможним, але не ефективно функціонує на ринку та отримує незначні прибутки. Підприємство має нестійке фінансове становище. Спостерігається порушення платоспроможності, але зберігається можливість відновлення рівноваги внаслідок поповнення джерел власних коштів, скорочення дебіторської заборгованості, прискорення оборотності запасів. Зменшуються обсяги виробництва, реалізації продукції. Також підприємству потрібна модернізація виробництва, адже відбувається знос основних фондів.

6. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Кременчуцький колісний завод» показав, що показник ефективності експорту є досить стабільним. Але, причиною низького зростання ефективності може бути неможливість за короткий час збільшувати кількість виробництва та реалізації продукції. Собівартість на даний момент дуже висока і зростає з кожним роком, а отже і зростає ціна на продукцію, тому потрібно шукати шляхи зниження собівартості, завдяки зниженню деяких операційних відрахувань, за рахунок купівлі дешевшої сировини вітчизняного виробництва чи вигіднішого співробітництва з закордонними підприємствами для підвищення якості виготовленої продукції.

7. 3.В результаті проведеного обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Кременчуцький колісний завод» встановлено:

- інвестиції в маркетингову діяльність окупляться через 2,5 роки;

- при реалізації заходів щодо виготовлення нової кількості продукції, сума прибутку зросте на 86049 тис. грн.;

- період окупності після вкладання інвестицій у виробництво нових видів продукції буде становити 3,3 роки.

4. Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності пропонується:

- створити більш вигідні умови, ніж у підприємств-конкурентів;
- запровадити систему акцій та знижок за надання окремих послуг;
- продовжити впровадження унікальні технології фарбуванні сталейних виробів катодним грунтом, термоочистці деталей від фарб, проектування, виготовлення і монтаж металоконструкцій будь-якої складності.

5. Впровадження в діяльність ПрАТ «Кременчуцький колісний завод» обґрунтованих напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, унікальних технологій, дозволить підприємству значно розширити зовнішньоторговельні зв'язки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://smida.gov.ua/>
2. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз. Практикум: навчальний посібник / Ф.Ф. Бутинець, Є.В. Мних, О.В. Олійник. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 416 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч.посібник/ Ф.Ф. Бутинець, І.В.Жиглей, В.М.Пархоменко; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця; 2-ге вид.,перероб. І допов. – Житомир: ПП “Рута”, 2001. – 544с.
4. Джигерей В.С. Безпека життєдіяльності . Практичні заняття / В.С.Джигерей. – Львів: Афіша, 2000. – С. 230–251 с.
5. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник / М.І. Дідковський – К.: Знання, 2006. – 462 с.
6. Залізнюк В. П. 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. – № 2 (9). – 2015. – С. 91–96.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурупій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 112-114 с.
- 8.Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія] / Ю.Г. Козак, Н.В. Притула, Єрмакова О. А., Уханова І. О., Сулим О.В., Осипов В. М., Таваліка Г. Т., Постова Н.А., Швагер О. Р. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 162-163 с.
- 9 Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон: навчальний посібник. / Ю. Г. Козак. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 290 с. – (6-те видання., перероблене та доповнене).
10. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://knowledge.allbest.ru/economy/2c0b65635a3bd78a4d43b89421216c37_0.html
11. Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс] – Режим

доступу до ресурсу: https://otherreferats.allbest.ru/international/00412960_0.html

12. Інформаційне агентство УНІАН [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://economics.unian.net/agro/1961044-traktora-dlya-agrariyev-opredelen-spisok-tehniki-kotoraya-budet-uchastvovat-v-gosprogramme-kompensatsii.html>

13. Кадуріна Л.О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник / Л.О. Кадуріна. – К.: Видавничий Дім «Слово». – 2006. – 288 с.

14. Карапетян Е.Т. Економіка підприємства: навчально-методичний посібник / Е. Т. Карапетян – Тернопіль: Вектор, 2015. – 320 с.

15. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.

16. Крупка Ю.М. Правові основи підприємницької діяльності: навчальний посібник / Ю.М. Крупка. – К.: Юрінком Інтер. – 2008. – 480с.

17. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: навч.посібник / В.В. Кулішов. – Київ: Ніка – Центр, 2002. – 216с.

18. Малярець Л. М., Моргун Г. В. Аналіз ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2015. – № 1.4

19. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України / Б.М. Данилишин (ред.). — Ніжин : Аспект-Поліграф, 2007. — 307с.

20. Мних Є. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник / Є. В. Мних. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 514 с.

21. Моргун Г. В. Концепція стратегічного управління експортно-імпоротної діяльності підприємства / Г. В. Моргун // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 2, том 1. – 235 с. – С. 71 – 77

22. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві: навч.посібник /

В.М. Нелеп. – К.: КНЕУ, 2004. — 495 с.

23. Організація охорони праці на підприємстві [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://historich.ru/organizaciya-služb-ohoroni-praci-ta-obovyazki-posadovih-osib-i/index.html>

24. Офіційний сайт ПАТ “Кременчуцький колісний завод” [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: www.wheels.com.ua

25. Пан М.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: конспект лекцій “ Економіка підприємства” / М.П. Пан, В.І Торкатюк, А.Л. Шутенко, О.С. Вороніна. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 158 с.

26. Свеженцев О.О. Перспективи розвитку машинобудівної галузі України: формування нової концепції промислової політики / О.О. Свеженцев // Управління розвитком. – 2016. – №2. – с.18

27. Сельцовський В. Л. Економіко-статистичні методи аналізу зовнішньої торгівлі / В. Л. Сельцовський. – М.: Фінанси і статистика, 2013. – 512 с.

28. Стадник В. В Стан і чинники економічної динаміки підприємств машинобудування України / В.В. Стадник, О.В. Головчук, Ю.О. // Економіка та управління національним господарством. – 2017. – №2. – с.140-147

29. Статистична інформація – Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

30. Ткаченко А.М Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчально-методичний посібник / А.М. Ткаченко, О.І. Дідченко. – Дніпропетровськ : УДХТУ, 2016р. – 274 с.

31. Шегда А.В. Економіка підприємства: навчальний посібник / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. – 3-тє вид., випр. – К.: Знання-Прес, – 2003.–127с.

32. Шкурупій О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник / О.В. Шкурупій, В.В. Гончаренко, І.А. Артеменко – К.: Центр учбової літератури, 2012. — 248 с.

33. Шпанковська Н.Г. Аналіз господарської діяльності: робоча програма, методичні вказівки / Н.Г. Шпанковська, О.І. Канська. – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2011. – 83 с.

34. Шубна О. В Сучасний стан, проблеми і перспективи машинобудівного комплексу України / О.В.Шубна, А.С. Лозгунова // Научний вісник ДГМА. – 2017. – №3. – с.153