

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ФІНАНСІВ,
ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА ТУРИЗМУ
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
Очна форма навчання, 6 курс

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«Управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних
торговельних підприємств в умовах воєнного стану»**

601-ФМ 000000 КРМ

Розробив студент гр. 601-ФМ

__._.2022 р. _____ Ю.А. Кисельова

Керівник дипломної роботи

__._.2022 р. _____ Л.М. Титаренко

Консультанти:

__._.2022 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька
із глобальної економіки

__._.2022 р. _____ А.А. Буряк
із управління ЗЕД

__._.2022 р. _____ В.А. Свічкарь
із митного регулювання

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри міжнародних економічних
відносин та туризму

__._.2022 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Поняття, види та форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	5
1.2. Методологія дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	12
1.3. Поняття економічних санкцій, їх місце та роль у сучасному світі.....	17
Висновки до першого розділу.....	24
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТА СПЕЦИФІКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	25
2.1. Нормативно-правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України.....	25
2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України.....	42
2.3. Загальна характеристика діяльності торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».....	52
Висновки до другого розділу.....	65
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	66
3.1. Наслідки впливу військових дій на зовнішньоекономічну діяльність торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».....	66
3.2. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».....	72
Висновки до третього розділу.....	86
ВИСНОВКИ.....	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	93
ДОДАТКИ.....	105

				601-ФМ	000000	КРМ	
	П.І.Б.	Підпис	Дата				
Розроб.	Ю.А. Кисельова			<i>Управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних торговельних підприємств в умовах воєнного стану</i>	Стадія.	Арк.	Акрушів
Керівник	Л.М. Титаренко					3	105
Н. контр.	В.А. Свічкарь				Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» Кафедра міжнародних економічних відносин та туризму		
Зав.кафедри	І.Б. Чичкало- Кондрацька						

ВСТУП

Для багатьох країн світу та їх регіонів динамічний розвиток зовнішньоекономічних відносин виступає каталізатором внутрішнього зростання. Незважаючи на безперервний розвиток зовнішньоекономічної діяльності держави, її основною формою незмінно залишається зовнішня торгівля, особливий вклад вносять великі компанії та холдинги.

В даний час зовнішня торгівля вітчизняних підприємств піддається суттєвим змінам, що пов'язано з не сприятливими умовами в країні, що спричинені військовими діями на території України.

Актуальність проблеми, ступінь її наукової розробленості та незначна практична значимість вивчення останніх подій для зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств визначили вибір теми, ціль і завдання дослідження.

Мета дослідження – виявити наслідки впливу військового стану на зовнішньоекономічну діяльність торговельних підприємств та визначити перспективи розвитку.

Для досягнення поставленої цілі в роботі передбачається реалізація наступних завдань:

- встановити основні поняття, види та форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- визначити методологію дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- розглянути поняття економічних санкцій, їх місце та роль у сучасному світі;
- розглянути нормативно-правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України;
- провести аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України;

- розглянути діяльність торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»
- встановити наслідки впливу військових дій на зовнішньоекономічну діяльність торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»;
- розглянути основні перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».

Об'єктом дослідження є управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних торговельних підприємств в умовах воєнного стану.

Предметом дослідження виступає зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних торговельних підприємств.

Інформативною базою є міжнародні та вітчизняні нормативні акти, праці фахівців в області теорії міжнародної торгівлі, монографії, збірники наукових праць, матеріали наукових конференцій, спеціальна періодична література, матеріали Інтернет.

У ході дослідження використовувалися загальнонаукові методи, методи порівнянь, групувань, спостереження, обстеження й ін.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. За матеріали кваліфікаційної роботи опубліковано наукову статтю у співавторстві: Соціально відповідальні глобальні компанії в умовах воєнного стану /Л.М.Титаренко, І.В.Левченко, Ю.А.Кисельова, Д.О.Кудряшова // Ефективна економіка. – 2022.- № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9291>

В ході роботи було визначено, що для покращення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств необхідно:

1. Реалізацію політики, спрямованої на збільшення обсягів експорту товарів шляхом впровадження інноваційних розробок для підвищення якості вітчизняної продукції, яка має відповідати міжнародним нормам та стандартам, необхідних для створення достатнього рівня конкурентоспроможності на внутрішніх ринках.
2. Також метою має бути зменшення обсягів імпортової продукції на внутрішньому ринку, принаймні тієї, що має вітчизняні аналоги.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття, види та форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Зовнішньоекономічні зв'язки – це одна з найскладніших сфер економіки будь-якої держави, її зміст полягає у переміщенні матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів між країнами. У зовнішньоекономічних відносинах переплітаються економіка та політика, комерція та дипломатія, торгівля та виробництво, наукові дослідження та валютно-фінансові операції [24, с. 8].

Внаслідок реформ поняття «зовнішньоекономічні зв'язки» доповнилося новим поняттям «зовнішньоекономічна діяльність» (ЗЕД). У 80-х стали виявлятися негативні сторони розвитку зовнішньої торгівлі нашої країні, яких ставились:

- відстала стратегія та товарна структура експорту та імпорту;
- падіння темпів зовнішньоторговельного обороту;
- застарілі форми організації роботи на зовнішньому ринку.

Протягом тривалого часу відбувалася лібералізація зовнішньої торгівлі в Україні, метою якої було забезпечення вільного доступу за кордон для підприємств, організацій та інших суб'єктів.

Підприємство (організація) є суб'єктом господарювання, що на основі використання економічних ресурсів виробляє та реалізує товари, виконує роботи та надає послуги [45, с. 112].

У результаті під зовнішньоекономічною діяльністю підприємства стали мати на увазі:

- розширення прав щодо виходу на зовнішньоекономічний ринок підприємств, об'єднань та організацій;

- розширення числа юридичних осіб, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності;
- формування стабільної нормативної бази зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

На даний момент ЗЕД є невід'ємною частиною роботи багатьох підприємств України, оскільки її вправі здійснювати об'єднання, підприємства та організації промисловості, комерційні структури, торговельно-посередницькі організації, сільське господарство та ін.

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності дозволяє організації розширювати ринки збуту та, виробничу географію, використовувати переваги міжнародної кооперації виробництва та свободу у прийнятті рішень для здійснення своїх виробничих завдань, що включає:

- вільний вибір виробничих ресурсів із опорою на можливості світового ринку;
- вільний вибір напрямків та форм реалізації виробленої продукції з максимальною прибутковістю;
- вільний вибір виробничого партнера з кооперації, який найбільше відповідає економічним інтересам підприємства;
- вільний вибір шляхів та можливостей підвищення технічного рівня виробництва та конкурентоспроможності виробленої продукції, зміцнення експортного потенціалу.

Серед науковців можна зустріти таке визначення зовнішньоекономічної діяльності підприємств: «сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок. Зовнішньоекономічна діяльність, на відміну від зовнішньоекономічних зв'язків, здійснюється на рівні виробничих структур (фірм, організацій) з повною самостійністю у виборі номенклатури товару для експортно-імпортової угоди, у визначенні ціни та вартості, обсягу та строків постачання» [34, с. 1].

У той самий час серед науковців можна зустріти визначення ЗЕД як «процесу реалізації зовнішньоекономічних зв'язків шляхом здійснення

торговельного обміну, спільного підприємництва, надання послуг, різних форм економічного та науково-технічного співробітництва, проведення валютних та фінансово-кредитних операцій» [50, с. 8].

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства пов'язана з різними сферами міжнародного співробітництва, що визначає наявність різних її видів та форм (рис. 1.1).

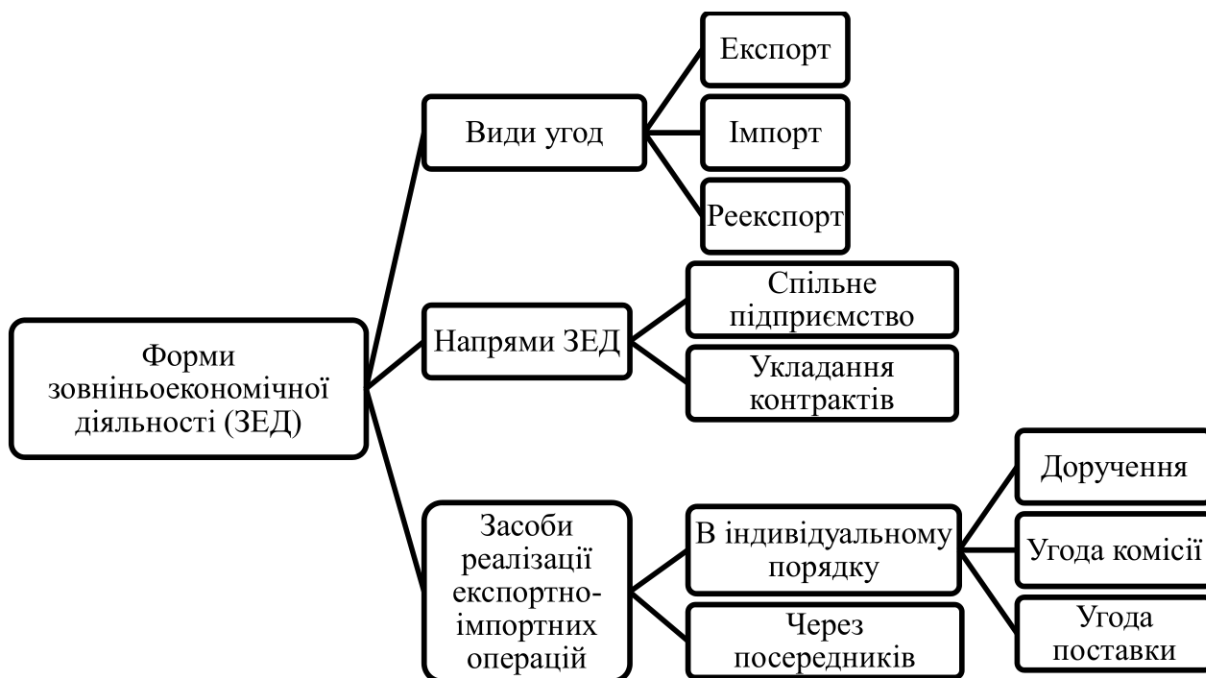


Рис. 1.1. Види та форми зовнішньоекономічної діяльності [29]

Основними формами зовнішньоекономічної діяльності підприємств є зовнішньоторговельні угоди та міжнародна кооперація виробництва.

Зовнішньоторговельна діяльність – діяльність із здійснення угод у сфері зовнішньої торгівлі товарами, послугами, інформацією та інтелектуальною власністю. Вона здійснюється за допомогою різних зовнішньоторговельних операцій [114].

Зовнішньоторговельні операції – це комплекс основних та допоміжних видів комерційної діяльності, тобто набір технічних прийомів, послідовне застосування яких сприяє укладенню угод у межах договору купівлі-продажу [29].

У міжнародній торгівлі виділяють чотири основні види зовнішньоторговельних операцій:

- експортна операція (продаж товару іноземному контрагенту з вивезенням його за межі країни);
- імпортна операція (придбання товару у іноземного контрагента з ввезенням його в країну);
- реекспортна операція (продаж раніше імпортованого, але не підданого переробці товару з вивезенням за межі країни);
- реімпортна операція (придбання з ввезенням з-за кордону раніше експортованого та не переробленого там товару).

Необхідною передумовою, а також обов'язковою умовою зовнішньоторговельної діяльності підприємства є виконання операцій, пов'язаних із забезпеченням просування товару від продавця до покупця: транспортні, транспортно-експедиторські, страхові операції, пов'язані із запровадженням міжнародних розрахунків.

Таким чином, зовнішньоторговельні операції охоплюють широкий комплекс економічного, валютно-фінансового та правового характеру.

Зовнішньоторговельні операції здійснюються на основі угод, що укладаються. Міжнародна торговельна угода – це договір з постачання товару та/або надання послуг відповідно до узгоджених умов між двома або декількома фірмами, що знаходяться у різних країнах.

Очевидно, що основною ознакою міжнародної торгівлі є перетин митного кордону країни-продавця товаром, якщо це є матеріальним об'єктом. Також міжнародну торговельну угоду характеризує і те, що до однієї чи обох сторін вона супроводжується платежем в іноземній валюті. Однак, в окремих випадках, цей принцип може не дотримуватися, наприклад, під час товарообмінних угод.

Зовнішня торгівля займає домінуюче становище у зовнішньоекономічній діяльності підприємств-учасників ЗЕД.

Міжнародна кооперація виробництва (МКВ), ще одна розповсюджена форма ЗЕД організацій. Вона має на увазі скоординовану або спільну, зазвичай

довготривалу виробничо-економічну, і, як правило, науково-технічну діяльність партнерів з різних країн, засновану на розподілі виробничо-збутових програм, рівноправному та взаємовигідному співробітництві.

Міжнародна кооперація виробництва, у сучасних умовах надає підприємствам України низку особливо важливих переваг. Вона дозволяє за допомогою невеликого збільшення обсягу взаємних поставок комплектуючих між вітчизняними та зарубіжними партнерами домогтися значного та швидкого збільшення випуску підприємствами кінцевої продукції з подальшою її реалізацією, а також швидше підвищувати технічний рівень виробництва завдяки вдосконаленню організації виробництва та управління ним, впровадження досягнень світової практики менеджменту та маркетингу, ефективного обміну технологіями з іноземними фірмами.

МКВ має безліч форм та різновидів, для аналізу яких використовуються відносини власності. Тут можна виділити такі варіанти, як:

- повне відокремлення власності підприємств-партнерів з України та інших країн на засоби виробництва, ресурси та майно;
- об'єднання власності російських та зарубіжних партнерів у різних формах спільного підприємництва;
- різні поєднання двох перелічених вище видів відносин власності.

Європейською Економічною Комісією ООН застосовується укрупнене угруповання форм МКВ, в якому виділяються моделі договірної міжнародної кооперації, що описані нижче (рис. 1.2).

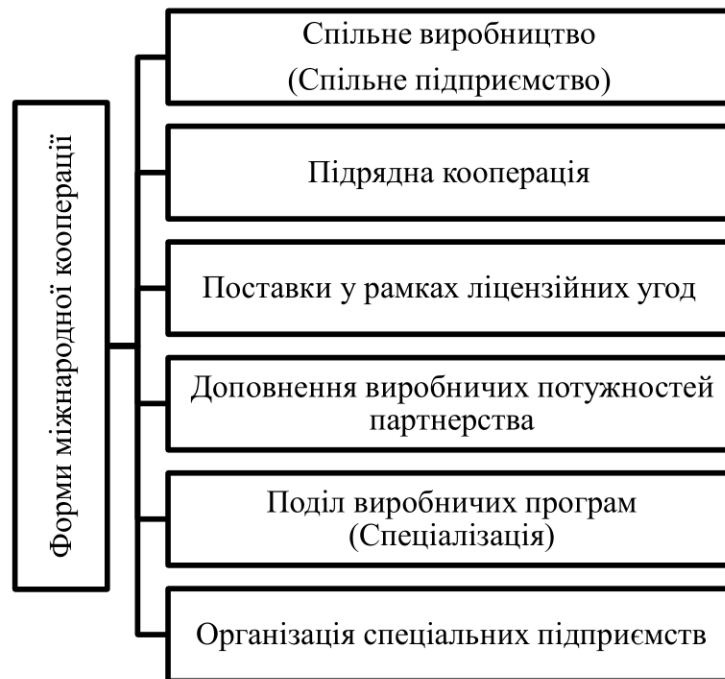


Рис. 1.2. Форми міжнародної кооперації виробництва [29]

Кооперація на ліцензійній основі, де здійснюється передача ліцензії її власником (ліцензіаром) партнеру (ліцензіату) на використання останнім промислової чи інтелектуальної власності першого. У деяких випадках передача ліцензій доповнюється продажем деяких видів обладнання або технологічних ліній, що належать до переданих ліцензій та предмету кооперації. В оплату всього отриманого ліцензіат постачає ліцензіару кооперовану продукцію або комплектуючі, може також виконувати роботи та послуги, передавати обладнання у порядку лізингу.

Спільне провадження, що передбачає використання технологій, переданих один одному сторонами коопераційного проекту; виробництво на їх основі кооперованої продукції та взаємні її постачання; спеціалізація кожної сторони договору про МКВ на виробництві будь-якої кінцевої чи проміжної продукції; розподіл збуту продукції між учасниками МКВ.

Також існує модель спільного виробництва, що включає крім перелічених вище пунктів ще й спільне проведення НДДКР та МКП по комплексу робіт, що охоплюються всіма переліченими вище моделями.

При підрядній МКВ, яка є найпростішою та найпоширенішою формою кооперації, замовнику надається узгоджена кількість продукції, виробленої підрядником з використанням "ноу-хау" та документації замовника. Але вона частіше буває нетривалою для російських підприємств, оскільки іноземний замовник при певному повороті подій може призупинити замовлення, що ставить російського підрядника у скрутне становище.

На початковій стадії залучення іноземних інвестицій у вітчизняну економіку набула поширення така форма зовнішньоекономічної діяльності, як створення спільних підприємств (СП). Вони створювалися на основі договору між вітчизняним державним підприємством, котре виділяло певну частину майна, яке було в його розпорядженні, як вклад до статутного фонду спільного підприємства. Частка іноземного інвестора у статутному фонді визначалася вартістю машин, обладнання, сучасних технологій і готівки, що поставлялися ним, у вільно конвертованій валюті. Проте вже на перших етапах виявились певні недоліки цієї форми підприємництва для нашої країни, оскільки занижувалася реальна частка вітчизняних учасників при формуванні статутних фондів СП.

Нині серйозних західних інвесторів цікавить не так партнерство з вітчизняними підприємствами, як придбання надійних елементів контролю над виробництвом. Тому все більшу роль у залученні іноземних інвестицій відіграє створення підприємств зі 100% іноземною участю.

Таким чином, зовнішньоекономічну діяльність підприємств можна визначити як сферу господарської діяльності, що здійснюється на рівні виробничих структур, пов'язану з їх виходом на зовнішній ринок шляхом здійснення торговельної діяльності, спільного підприємництва, надання послуг, різних форм економічної та науково-технічної співпраці, проведення валютних та фінансово-кредитних операцій міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств України зародилася порівняно недавно, однак розуміння важливості включення окремих суб'єктів господарювання до зовнішньоекономічної діяльності призвело до

стимулювання та підтримки її розвитку з боку держави. У даний час організації можуть здійснювати свою зовнішньоекономічну діяльність у вигляді зовнішньої торгівлі, міжнародного інвестиційного співробітництва, міжнародного виробничо-технічного співробітництва, міжнародного науково-технічного співробітництва, міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин.

Різні види зовнішньоекономічної діяльності визначили наявність багатьох форм ЗЕД таких як експорт, імпорт, прями та портфельні інвестиції, міжнародна кооперація виробництва тощо.

Оскільки зовнішня торгівля є одним із найпоширеніших видів ЗЕД, саме її стан грає визначальну роль в оцінці зовнішньоекономічної діяльності підприємств-учасників ЗЕД.

При виборі способу виходу на світовий ринок важливою умовою є мінімізація витрат на здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Крім того, інформація про валютно-фінансові, правові аспекти виходу на світовий ринок, його кон'юнктуру, систему цін дозволить визначити ефективність здійснення експортно-імпортних операцій та доцільність включення до ЗЕД.

1.2. Методологія дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства

У економічній практиці вирішення питань, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, знаходить своє відображення у низці федеральних законів та нормативно-правових актів, в яких визначено основні завдання ЗЕД, способи її ведення, права та обов'язки контрагентів, а також інші аспекти .

Однак це лише один із аспектів, що впливають на становище підприємств-учасників ЗЕД. Не менш важливим є вплив внутрішнього і зовнішнього середовища компанії на її результативні показники.

Зовнішнє середовище у стратегічному управлінні розглядається як сукупність двох щодо самостійних підсистем: макрооточення та безпосереднього оточення.

Макрооточення створює загальні умови середовища знаходження організації. У більшості випадків макросередовище не носить специфічного характеру стосовно окремо взятої організації.

Макросередовище включає: економічне середовище (величина інфляції, рівень податків, подорожчання матеріалів, зростання цін на паливо та електроенергію); політико-правове середовище; науково-технічне середовище; демографічне та культурне середовище (зміни в демографічній ситуації, зміна вікової структури суспільства).

Вивчення мікросередовища організації спрямоване на аналіз стану тих складових зовнішнього середовища, з якими організація перебуває у безпосередній взаємодії.

Важливим також є розгляд фінансово-господарських показників діяльності підприємства. До найважливіших показників для цілей даного дослідження можна віднести: коефіцієнт маневреності, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт проміжної ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, загальну рентабельність, рентабельність основної діяльності, рентабельність продажу, активів [60, с. 96].

Коефіцієнт маневреності розраховується так (1.1):,

$$K_{\text{м}} = \frac{\text{Власні оборотні засоби}}{\text{Власний капітал}}, \quad (1.1)$$

Коефіцієнт, що перевищує значення 0,5, показує здатність підприємства підтримувати рівень власного оборотного капіталу та поповнювати оборотні кошти у разі потреби за рахунок власних джерел.

Методика розрахунку коефіцієнта фінансової незалежності (1.2):

$$\text{Коефіцієнт фінансової незалежності} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}}, \quad (1.2)$$

За значенням даного коефіцієнта можна вважати, наскільки підприємство є незалежним від залучення капіталу, що належить іншим організаціям.

Частка джерел, які компанія може використовувати у своїй діяльності тривалий час, визначається за допомогою коефіцієнта фінансової стійкості (1.3):

$$\text{Коефіцієнт фінансової стійкості} = \frac{\text{Власний капітал} + \text{Довготривалий кредит}}{\text{Валюта балансу}}, \quad (1.3)$$

Для визначення частини майна підприємства сформованої із позикових коштів розраховується коефіцієнт фінансування (1.4):

$$\text{Коефіцієнт фінансування} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Позичковий капітал}}, \quad (1.4)$$

Найбільш жорстка оцінка ліквідності підприємства – коефіцієнт проміжної ліквідності (1.5):

$$K_{\text{пл}} = \frac{\text{Коротк. дебіт. забор.} + \text{Коротк. фінан. вкладення} + \text{Грошові засоби}}{\text{Поточні зобов'язання}}, \quad (1.5)$$

Про рівень платоспроможності компанії говорить коефіцієнт поточної ліквідності (1.6):

$$K_{\text{пл}} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні Зобов'язання}}, \quad (1.6)$$

де $K_{\text{пл}}$ - коефіцієнт поточної ліквідності.

Незважаючи на різноманітність видів та форм зовнішньоекономічної діяльності, більшість підприємств включаються до ЗЕД саме у зв'язку з веденням зовнішньої торгівлі. Однак єдиної методології оцінки зовнішньоторговельної діяльності підприємства як основної складової ЗЕД у розрізі експортно-імпортних результатів держави чи регіону поки що не існує.

Визначаючи зовнішню торгівлю організації як складову частину зовнішньої торгівлі держави (регіону), можна врахувати можливість

застосування загальних методологічних підходів та інструментів для аналізу статистики та динаміки зовнішньої торгівлі, які у свою чергу зводяться до оцінки її ефективності за цей період часу, розгляд перспектив її розвитку в майбутньому.

Традиційно сучасні методологічні підходи до оцінки зовнішньої торгівлі мають ґрунтуватися на системі показників, що характеризують фактичний стан зовнішньоторговельного балансу країни, регіону, підприємства. До загальновідомих додаються показники експорту, імпорту, зовнішньоторговельного сальдо та зовнішньоторговельного обороту. Саме вони лежать в основі формування цієї системи [48, с. 84].

Дослідження зовнішньої торгівлі доцільно проводити за такими напрямками:

- аналіз реальних результатів зовнішньоторговельних зв'язків організації та їх частка у сукупному обсязі експорту/імпорту держави (регіону);
- знаходження взаємозв'язку між існуючою динамікою зовнішньої торгівлі на всіх рівнях та існуючими проблемами у світовому суспільстві.

Основними критеріями при розробці методики аналізу мають стати: можливість її застосування на практиці, опис реальних зовнішньоторговельних процесів підприємства, доступність інформаційної бази, виявлення факторів, що впливають на сучасний стан та умови розвитку зовнішньої торгівлі.

На основі даних принципів та сукупності аналітичних даних можна представити наступну схему оцінки зовнішньої торгівлі:

- 1) оцінка обсягів та динаміки зовнішньої торгівлі України за аналізований період;
- 2) оцінка обсягів та динаміки зовнішньої торгівлі виробничих підприємств за аналізований період (з поділом по регіонах);
- 3) порівняння динаміки зовнішньої торгівлі підприємства та держави за аналізований період;
- 4) оцінка обсягів та динаміки зовнішньої торгівлі по кожній області за аналізований період;
- 5) порівняння динаміки зовнішньої торгівлі підприємства та регіону за розглянутий період

б) визначення частки обсягів зовнішньої торгівлі виробничих підприємств у зовнішній торгівлі держави та регіону.

Після формулювання висновків про стан зовнішньої торгівлі підприємства, слід визначити проблеми та перспективи її розвитку, за допомогою побудови матриці SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз (CBOT аналіз) – метод стратегічного планування, що використовується для оцінки факторів та явищ, що впливають на діяльність підприємства у будь-якій сфері. Усі чинники поділяються на чотири категорії: strengths (сильні сторони підприємства); weaknesses (слабкі сторони підприємства); opportunities (можливості підприємствам); threats (загрози для підприємства) [54, с. 508].

При розробці зовнішньоекономічної стратегії CBOT (SWOT) аналіз допоможе виробити конкретні заходи, що утворюються на основі сильних та слабких сторін підприємства та з урахуванням можливостей та загроз ринку.

Таким чином, стан зовнішньоекономічної діяльності підприємства складається під впливом середовищ (внутрішньої та зовнішньої), в яких воно функціонує. Визначення якісного впливу мікро- та макрооточення має супроводжуватися кількісним аналізом результатів фінансово-господарської діяльності організації.

Оскільки зовнішня торгівля є найпоширенішим видом ЗЕД підприємств, саме вона зазнає найбільш докладної оцінки на основі загальних методологічних підходів та інструментів для аналізу її статичної та динамічної, які у свою чергу зводяться до оцінки ефективності зовнішньої торгівлі за досліджуваний період часу. перспектив її розвитку у майбутньому.

Можливість застосування методики аналізу на практиці, опис реальних зовнішньоторговельних процесів підприємства, доступність інформаційної бази, виявлення факторів, що впливають на сучасний стан та умови розвитку зовнішньої торгівлі, повинні стати основними критеріями при розробці аналізу.

1.3. Поняття економічних санкцій, їх місце та роль у сучасному світі

Міждержавні відносини є важливим фактором у налагодженні та розвитку зовнішньоекономічних відносин. Оскільки зміни, що відбуваються у світовій політиці, значно впливають на стан зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, тому необхідно вивчити механізм, що породжує ці зміни – механізм економічних санкцій.

У міжнародному праві з давніх-давен застосовувався термін «репресалії», під яким розумілися заходи економічного та політичного характеру, що застосовуються однією державою у відповідь на неправомірні дії іншого. Згодом цей термін застарів, а замість нього почали використовувати вже в більш широкому розумінні поняття «міжнародні санкції». Сучасне значення терміна «міжнародні санкції» почало формуватися після закінчення Першої світової війни і було пов'язане з діяльністю Ліги Націй.

Міжнародні санкції стали виконувати роль інструменту невоєнного примусу для підтримки колективної безпеки, що було закріплено у Статуту Ліги Націй. Приміром, ст. 16 Статуту Ліги Націй передбачала, що у разі звернення до війни будь-яким членом Ліги всупереч положенням Статуту, інші члени Ліги «зобов'язуються негайно розірвати з ним усі торгові чи фінансові відносини» [41, с. 67].

Під міжнародними санкціями у науці найчастіше розуміють комплекс односторонніх чи колективних заходів політичного, правового чи економічного характеру, спрямованих на суверенну державу, її інститути, національні компанії чи окремих громадян, з метою примусу, попередження, обмеження чи стримування їхньої діяльності [41, с. 66].

При класифікації санкцій можна назвати: колективні санкції, прийняті лише на рівні міжнародних організацій більшістю її членів; індивідуальні, що накладаються суверенною державою на іншу державу, її інститути, національні компанії або навіть на окремих громадян.

Як об'єкт міжнародних санкцій можуть виступати: держава та її інститути; окремі галузі чи сектори економіки; організації; фізичні особи.

Залежно від різних ознак можна виділити окремі види санкцій (економічні, політичні, міжнародні, галузеві, пропорційні, непропорційні та ін.), докладну класифікацію яких наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація		Вид санкцій				
1. За призначенням		1.1. Політичні:		1.2. Економічні:		
		дипломатичні (анулювання дипломатичних віз або відкликання співробітників дипломатичних представництв); спортивні (заборона на участь у спортивних заходах або припинення співробітництва); культурні (припинення науково-технічного та культурного співробітництва, скасування заходів); персоніфіковані (заборона на в'їзд до країни чи обмежений доступ для окремих громадян).		комерційні (торгове ембарго, заборона або обмеження доступу до ринків, фінансових ресурсів та інфраструктури); технологічні (заборона або обмеження доступу до технологій та ресурсів, припинення технічного обслуговування тощо); фінансові (арешт та заморожування рахунків, блокування активів за кордоном, обмеження доступу на фінансові ринки тощо).		
2. За рівнем		2.1. Глобальний	2.2. Міждержавний	2.3. Галузевий	2.4. Корпоративний	2.5. Індивідуальний
		санкції запроваджуються міжнародними організаціями, такими як ООН, МВФ, G7 та ін.	санкції запроваджуються окремими державами чи об'єднаннями союзних держав	рівень окремих державних інститутів, секторів чи галузей економіки	ТНК, державні та приватні компанії та корпорації, що ведуть ВТД	рівень окремих громадян
За відповідністю до первинних санкцій		Пропорційні (симетричні)		Непропорційні (асиметричні)		

Таким чином, санкції можуть бути класифіковані за своїм призначенням та природою (економічні, політичні), а також залежно від специфіки можуть розподілятися за підвидами (дипломатичні, спортивні, комерційні та ін.).

Не менш важливу роль відіграє поділ санкцій за рівнями (глобальний, галузевий, індивідуальний тощо), які визначаються залежно від суб'єкта, який запроваджує санкції.

Важливо, що санкції у відповідь, які знаходяться на одному рівні з спочатку введеними санкціями, можуть вважатися пропорційними (симетричними). Відповідно, непропорційними (асиметричними) санкціями у відповідь будуть вважатися ті з них, які виходять за рамки рівня спочатку введених санкцій (класифікація за відповідністю санкцій у відповідь рівню спочатку введених).

У сучасній світовій політиці поняття «міжнародні санкції» носить суто міжнародно-правовий характер і може бути застосовано виключно до примусових заходів, що здійснюються міжнародними організаціями (насамперед Радою Безпеки ООН). При цьому під санкціями ООН розуміють систему невійськових, переважно економічних примусових заходів, за якими рішення приймається Радою Безпеки ООН.

Механізм санкцій застосовувався також у рамках Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), прийнятої в 1947 р. Її ключовою особливістю була вимога консенсусу для затвердження доповіді робочих груп, що створюються для вирішення спору, для вжиття заходів у відповідь до держави-відповідача (у разі невиконання ним винесеного проти нього рішення). Для досягнення домовленості між сторонами була потрібна згода і самої держави-порушника, що робило досягнення бажаного результату практично неможливим [64].

Створена 1995 р. Світова організація торгівлі (СОТ) перейняла застосування цього механізму, у результаті досвід використання санкцій у рамках СОТ отримали Канада, Японія, США, Мексика, ЄС. У той же час Бразилія, Еквадор і Антигуа в різний час отримували дозвіл на застосування санкцій, але з різних причин вирішували до них не вдаватися. Ці країни запитували санкції у відповідь у вигляді відмови надавати внутрішній правовий захист об'єктам інтелектуальної власності з країни-порушника, як того вимагають угоди ГАТС і ТРІПС (Еквадор щодо ЄС у справі ЕС-bananas,

Антигуа щодо США у справі US- Gambling та Бразилія щодо США у справі US-Upland Cotton).

Як уже зазначалося вище, на практиці держави-порушники завжди не погоджувалися з рівнем санкцій, пропонованим державою-заявником і питання про розмір санкцій передавалося на розгляд спеціально арбітражу, що створюється для цих цілей (як правило, з числа членів третейської групи, яка і розглядала основну суперечку). Одним із прикладів є справа ЕС - bananas, що не завершується протягом 8 років. Європейський Союз, як один з найбільших імпортерів бананів, ініціював підписання договору в рамках Європейського Економічного співтовариства в 1987 р. Документ передбачає надання 48 колишнім колоніям режиму безмитної торгівлі бананами на території ЄЕС. При цьому банани вироблені в країнах Латинської Америки – насамперед в Еквадорі, Коста-Ріці, Гватемалі, Панамі та ін. обкладалися імпортомним митом і квотувалися та ліцензувалися [26].

Подібна ситуація не влаштовувала ні латинські країни, економіка яких значною мірою залежить від експорту бананів, ні транснаціональні корпорації США, які прямо чи опосередковано контролювали близько 60% бананового експорту цих країн, що і стало причиною численних скарг до СОТ щодо дискримінаційних заходів, застосовуваних СОТ. США вимагали санкції у розмірі 520 млн., проте дозволено було лише 191,4 млн.

У справі ЕС - Hormones США запитували санкції у розмірі 202 млн. на рік, у зв'язку із введеною ЄС заборонаю на імпорту м'яса худоби, вирощеної із застосуванням гормонів росту (незважаючи на внесені у 2003 р. зміни у відповідності до прийнятого раніше рішення СОТ), який не відповідав правилам багатосторонньої торгівлі, отримали право на 116,8 млн. доларів.

Бразилія, у справі US-cotton, що виникла внаслідок надання державної підтримки виробникам бавовни в США (включаючи субсидії та експортні кредитні гарантії виробникам бавовни), що є порушенням зобов'язань СОТ, із запитаних 3 млрд. доларів на рік отримала дозвіл на санкції у розмірі 147, 3 млн. на рік.

Насправді, нині, санкції найчастіше застосовуються не міжнародними організаціями, а суверенними державами. Наприклад, станом на 2015 р. Радою Безпеки ООН санкції вводилися в 19 випадках: щодо Анголи, Афганістану, Гаїті, Іраку, Ірану, КНДР, Котд-Івуару, Сомалі, Еритреї, ПАР тощо. А з боку Великобританії зараз діють односторонні санкції щодо більш ніж 40 країн. Як ключовий елемент системи глобальної безпеки, міжнародні санкції перетворилися на інструмент зовнішньої політики, спрямований на захист політичних та економічних інтересів суверенних держав.

Найбільш яскравим прикладом запровадження санкцій є період починаючи з березня 2014 року, у зв'язку зі входженням Криму та Севастополя до складу Росії, який іменується в документах ЄС «незаконною анексією», Європейський союз, США та низка інших країн, проводить політику запровадження односторонніх санкцій проти Росії.

Спочатку санкції мали індивідуальний характер, виступаючи як заходи негативного впливу на конкретні російські та фізичні та юридичні особи, що формально не дозволяло говорити про агресивні дії щодо держави.

У березні 2015 року влада Євросоюзу офіційно продовжила дію персональних санкцій щодо України ще на півроку. Як зазначається у комюніке Ради ЄС, санкції щодо 150 фізичних та 37 юридичних осіб діятимуть до 15 вересня 2015 року.

Вже 22 червня 2015 р. Рада ЄС оголосила про продовження економічних санкцій проти України до 31 січня 2016 р., пов'язавши це рішення з «виконанням Мінських домовленостей».

31 липня 2014 року на додаток до індивідуальних Рада ЄС запровадила секторальні санкції, метою яких було: «збільшення ціни дій України щодо підризу територіальної цілісності, суверенітету та незалежності України» та «просування мирного врегулювання кризи». Однак санкції були спрямовані на ключові галузі УКРАЇНИ: військово-промислової, нафтової, газової та банківської, що дозволяє зробити висновок про намір витіснити конкурентоспроможні російські компанії з європейського ринку.

США припинило видачу ліцензій на експорт до Росії товарів та послуг оборонного призначення, а також призупинило кілька проектів, запланованих у рамках президентської комісії зі співробітництва США та України.

Великобританія призупинила військову співпрацю з Росією: скасувала візити військових фахівців та командування, а також військово-морські навчання за участю Франції, України, Великобританії та США та візит корабля королівських ВМС до України, було також припинено дію всіх ліцензій на постачання зброї, компонентів озброєнь та продукції подвійного призначення до України.

Уряд ФРН прийняв рішення припинити експорт оборонної продукції до України та заморозити: проект будівництва Центру бойової підготовки сухопутних військ у Мулиному (Нижегородська область) з використанням технологій компанії Rheinmetall (сума угоди – 120 млн. євро); угоду про- навіть України продукції оборонно-космічного підрозділу Airbus Group NV (йдеться, зокрема, про продаж супутникових технологій на загальну суму в 973 млн. доларів), експорт військової продукції до України (на загальну суму понад 5 млн. євро) .

Норвегія, Канада, Франція, Швейцарія, Японія також призупинили військову співпрацю з Росією. Було введено ембарго США та ЄС на постачання обладнання для глибоководної розвідки та видобутку нафти, роботи в Арктиці та на родовищах сланцевої нафти до УКРАЇНИ. У вересні санкції були більш жорсткими: заборонялося також надавати послуги для таких проектів. При цьому, якщо обмеження ЄС стосуються всього російського нафтогазового сектору, то США вказали конкретних одержувачів: «Газпром», «Газпром нафта», «Роснафта», «ЛУКОЙЛ» та «Сургутнафтогаз». Крім того, в рамках останнього пакету санкцій, запровадженого 12 вересня, Євросоюз, зокрема, обмежив доступ до ринків капіталу ЄС ряду російських компаній, серед яких «Роснефть», «Транснафта» та «Газпром нафта» [61, с. 46].

Варто також зазначити, що зростання валютних резервів і капіталізації російських банків, а також фінансові труднощі, спричинені світовою фінансовою кризою, провідних світових банківських інститутів, дозволило

України здійснити експансію на зовнішні фінансові ринки та закріпитися на них з метою підтримки російських компаній за кордоном. Провідні російські банки операційно і фінансово підтримують діяльність яних, авіаційних, оборонних, інформаційних та інших компаній України на зовнішніх ринках. Введення санкцій проти цих банків розширить інструментарій для витіснення російських компаній із зовнішніх ринків. Тому п'яти російським банкам із державною участю заборонили доступ до ринку довгострокових (понад 90 днів) запозичень ЄС.

Саме секторальні санкції викликали жорстку реакцію у відповідь з боку України, оскільки безпосередньо торкнулися інтересів ключових галузей російської економіки.

6 серпня 2014 року Президент України підписав Указ «Про застосування окремих спеціальних економічних заходів з метою забезпечення безпеки Російської Федерації», який став основою для запровадження Урядом України ембарго на імпорт низки продовольчих товарів з країн, які застосовують «економічні санкції щодо російських юридичних та (або) фізичних осіб» [16].

У результаті вийшло, що за інтересами європейського бізнесу завдали удару і контрзаходів України, і самі секторальні санкції ЄС, які позбавили європейських виробників нафтового обладнання, озброєння, товарів подвійного призначення та європейські банки можливості укласти багатомільярдні контракти з платоспроможними вітчизняними партнерами.

Таким чином, санкції у тому чи іншому вигляді застосовувалися у міжнародному праві протягом тривалого часу. Під ними розуміють економічні та політичні заходи однієї держави, які запроваджуються у відповідь на неправомірні дії іншої. Нині санкції можуть застосовуватись на глобальному, міждержавному, галузевому, корпоративному, індивідуальному рівні. Ці заходи можуть бути різних видів: дипломатичні, спортивні, культурні і т.д.

Механізм санкцій спочатку створювався для використання міжнародними організаціями, проте країни все частіше вдаються до введення агро-побожних заходів без схвалення таких організацій, що і відбувається з 2014 р. щодо Росії. А відповідно після початку військової дій на території України від 24 лютого

2022 року кількість таких санкцій почала зростати щомісячно та більш жорстко по відношенню до країни агресора.

Однак санкції – механізм неоднозначний та недостатньо вивчений, у зв'язку з чим можна відзначити наявність принципу їхньої двосторонньої дії, оскільки економічні збитки завдаються як державам щодо яких спрямовані обмеження та заборони, так і державам, які її застосовують.

Висновки до першого розділу

Таким чином, зовнішньоекономічну діяльність підприємств можна визначити як сферу господарської діяльності, що здійснюється на рівні виробничих структур, пов'язану з їх виходом на зовнішній ринок шляхом здійснення торговельної діяльності, спільного підприємництва, надання послуг, різних форм економічного та науково-технічного співробітництва, проведення валютних та фінансово-кредитних операцій міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією.

Нині в Україні лібералізація зовнішньоекономічної діяльності виявляється під ударом, оскільки все більш поширеним явищем у відносинах між державами стає застосування санкцій, під якими розуміють економічні та політичні заходи однієї держави, що вводяться у відповідь на неправомірні дії іншої. Санкції можуть застосовуватись на глобальному, міждержавному, галузевому, корпоративному, індивідуальному рівні. Ці заходи можуть бути різних видів: дипломатичні, спортивні, культурні і т.д.

Методологічні підходи до оцінки ЗЕД організації можуть бути різними. Для аналізу слід розглянути сфери, в яких функціонує підприємство, показники його фінансово-господарської діяльності, а також систему показників, що характеризують фактичний стан зовнішньоторговельного балансу країни, регіону та організації, оскільки політична ситуація у світовій спільноті, що складається, значно впливає на все. рівні зовнішньої торгівлі, і вона має бути вивчена. Отримані в ході дослідження висновки матимуть важливе значення у визначенні проблем та перспектив розвитку підприємства-учасника ЗЕД в умовах дії економічних санкцій.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТА СПЕЦИФІКА

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ

ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Нормативно-правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств

Відповідно до положень ст. 18 Конституції України про зовнішньоекономічні відносини, предметом зовнішньоекономічної діяльності, передбачається діяльність, що спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загальновизнаними принципами і нормами міжнародного права.

Зовнішньоекономічні відносини, як і будь-які інші, потребують урегулювання, що здійснюється за допомогою комплексу передбачених заходів та методів.

Під правовим регулюванням прийнято розуміти впорядкування суспільних відносин, здійснюване державою і самими учасниками таких відносин, за допомогою права і сукупності правових засобів. Правове регулювання зовнішньоекономічних відносин охоплює специфічну діяльність держави (яка через систему відповідних органів створює та реалізує положення законів) та діяльність безпосередніх учасників зовнішньоекономічних відносин (що своїми діями самостійно здійснюють правове регулювання). Таку діяльність у першому випадку називають державним регулюванням, у другому – саморегулюванням.

Важливе значення для теорії та практики зовнішньоекономічної діяльності мають принципи, якими зобов'язані керуватись її учасники. Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [24] у ст. 2 закріплено перелік принципів зовнішньоекономічної діяльності.

Тлумачення [24] системи принципів зовнішньоекономічної діяльності дає змогу на його основі виділити основні завдання правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності поряд із завданнями, передбаченими ст. 2. відображено на рисунку 2.

Ст. 2 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України;
	Стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, в тому числі зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України;
	Створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинутих зарубіжних країн;
	Створення системи правових норм, спрямованих на гарантування і захист прав та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
	Створення передумов для розширення сфери міжнародної співпраці та комфортного середовища для роботи з іноземними контрагентами.

Рис. 2.1. Перелік принципів зовнішньоекономічної діяльності відповідно до ст.2 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»

Упорядкування певної сфери суспільних відносин завжди відбувається за допомогою системи методів правового регулювання. За загальнотеоретичним визначенням методом правового регулювання вважають підхід до впорядкування певної сфери суспільних відносин, що зумовлює використання того чи іншого специфічного комплексу юридичних засобів. Тобто метод правового регулювання вказує на те, яким чином регулюються такі відносини.

Симбіоз імперативного та диспозитивного методів є характерним для правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності (рис. 2.1.).



Рис. 2.2. Методи правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності []

До імперативного методі можна також зарахувати нетарифні методи регулювання, які за характером дії поділяються на: кількісні (квотування, ліцензування, добровільні обмеження, ембарго); приховані (державні закупівлі, вимоги до вмісту компонентів, технічні бар'єри, податкові збори, імпортовий депозит); фінансові (субсидії, кредитування, демпінг); неекономічні (торговельні угоди, правові режими) [9, с. 107] і тарифні методи регулювання. Митно-тарифне регулювання опосередковується категорією «митний тариф» як перелік товарів, що оподатковуються митом. Для групування товарних позицій застосовуються класифікації, розроблені ООН. Функції митного тарифу:

- 1) захист національного товаровиробника;
- 2) сприяння розвитку національного виробництва й експорту;
- 3) отримання торгово-політичних поступок від партнерів;
- 4) контроль за проходженням товарів через кордон;
- 5) фіскальна політика [9, с. 107].

Правове регулювання зовнішньоекономічних відносин має дворівневу структуру: рівень загальних норм, що визначають загальні положення і напрями розвитку законодавства та рівень спеціально-юридичних норм, спрямованих безпосередньо на регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

За такої побудови систему законодавства з питань регулювання зовнішньоекономічної діяльності утворюють:

Конституція України [8] – основа національного законодавства у сфері ЗЕД.

<p>п. 9 ст. 92 Конституції України</p>
<ul style="list-style-type: none"> • встановлює, що засади зовнішньоекономічної діяльності визначаються виключно законами України. Це положення підкреслює значення внутрішнього національного законодавства і пріоритетне значення його норм над усіма іншими. Законотворець, зокрема, демонструє домінуючу роль закону й виокремлює найважливіші суспільні відносини, що потрапляють під його дію, серед яких і засади зовнішньоекономічної діяльності;
<p>п. 8 ст. 116 Конституції України</p>
<ul style="list-style-type: none"> • до повноважень Кабінету Міністрів України зараховує організацію і забезпечення здійснення зовнішньоекономічної діяльності України, митної справи.

Рис. 2.3. Зміст окремих конституційних норм

Господарський кодекс України (ГК) [5]. Структурним елементом ГК України є Розділ VII «Зовнішньоекономічна діяльність», до якого входить гл. 37 (Загальні положення) та 38 (Іноземні інвестиції). У «Загальних положеннях» наводиться поняття зовнішньоекономічної діяльності, принципи її провадження

(ст. 377), перелік суб'єктів ЗЕД (ст. 378), види ЗЕД та зовнішньоекономічні операції (ст. 379), основні засади державного регулювання ЗЕД (ст. 380), ліцензування і квотування зовнішньоекономічних операцій (ст. 381), зовнішньоекономічні договори (контракти) (ст. 382), їх державна реєстрація (ст. 383), принципи митного регулювання (ст. 384) та оподаткування ЗЕД (ст. 385), принципи здійснення розрахунків в іноземній валюті (ст. 386–387), кредитування ЗЕД (ст. 388), форми державного захисту прав та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (ст. 389). Гл. 38 «Іноземні інвестиції» разом із Законами України «Про інвестиційну діяльність» [25] та «Про режим іноземного інвестування» [30] визначають загальні правові умови інвестиційної діяльності й особливості режиму іноземних інвестицій на території України. Гл. 38 містить основні напрями розвитку правового регулювання, передбачені цими законами, й визначає коло іноземних інвесторів (ст. 390), види та форми здійснення іноземних інвестицій (ст. 391-392), їх оцінку та правовий режим (ст. 393-394), особливості здійснення діяльності суб'єктів господарювання з іноземними інвестиціями в Україні (ст. 396), гарантії їх здійснення (ст. 397-399).

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [24] (від 16 квітня 1991 р.) за своїм місцем і позицією в ієрархії джерел ЗЕД є основним актом у цій структурі, положення якого спрямовані на врегулювання зовнішньоекономічних відносин. Закон як акт малої кодифікації поєднав у собі всі види діяльності за участю іноземного елемента, ставши на час свого прийняття прогресивною формою врегулювання зовнішньоторговельної діяльності.

Законом визначено поняття зовнішньоекономічної діяльності, експорту, імпорту, товару (ст. 1), а також принципи (ст. 2), суб'єкти (ст. 3), види зовнішньоекономічної діяльності (ст. 4). Відповідно до ст. 5 цього Закону, врегульовано право на здійснення ЗЕД. Усі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають однакове право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак. Цією ж статтею забороняється втручання державних органів у зовніш-

ньюекономічну діяльність її суб'єктів у випадках, не передбачених цим Законом. Закон закріплює поняття зовнішньоекономічного договору (контракту), врегульовує правила його укладання (ст. 6), визначає основи (ст. 7) та напрями державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, встановлює органи, які здійснюють це регулювання та їхню компетенцію (ст. 9-10), регулює порядок страхування (ст. 15), ліцензування і квотування зовнішньоекономічної діяльності (ст. 16), заборону окремих видів експорту й імпорту (ст. 17), порядок установа і застосування технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних і екологічних стандартів і вимог (ст. 18), спеціальних імпорتنих процедур (ст. 19), заходів щодо захисту економічної конкуренції (ст. 20), регулювання державного замовлення (ст. 21), обліку зовнішньоекономічних операцій (ст. 22), створення та функціонування спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності (розд. III), захисту прав і законних інтересів держави та інших суб'єктів (розд. IV), низку інших питань [4, с. 49].

До системи національного зовнішньоекономічного законодавства, яка ґрунтується на Законі «Про зовнішньоекономічну діяльність», також належать Закони України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» [19], «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» [17], «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» [21], «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» [22], «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» [29], «Про створення вільної економічної зони «Крим» та про особливості здійснення економічної діяльності на тимчасово окупованій території України» [31] тощо.

Крім названих, також слід виокремити Закон України «Про міжнародне приватне право» [26], у Преамбулі якого зазначено, що «цей Закон установа порядок урегулювання приватноправових відносин, які хоча б через один із своїх елементів пов'язані з одним або кількома правопорядками, іншими, ніж український правопорядок», а тому й зарахування цього нормативно-правового акта до системи джерел зовнішньоекономічного законодавства цілком доцільне.

Необхідною умовою перетинання митного кордону України під час експорту продукції є виконання митних формальностей, порядок здійснення яких регулюється Митним кодексом України (рис. 2.4) [10].

п. 29 ч. 1 ст. 4 МК України

- сукупність дій, що підлягають виконанню відповідними особами і митними органами, а також автоматизованою системою митного оформлення з метою дотримання вимог законодавства України з питань митної справи.

Ст. 7 МК України

- визначає зміст митної справи як установлений порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової продукції під час її ввезення на митну територію України, запобігання та протидію контрабанді, боротьбу з порушеннями митних правил, організацію і забезпечення діяльності митних органів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної митної політики.

Рис. 2.4. Митним кодексом України [10]

Під час укладання договорів у ході експортних операцій контрагенти зобов'язані використовувати затверджене МЗС «Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» [20], яке закріплює основні умови укладання договорів купівлі-продажу. А деякі аспекти цих договорів закріплені у спеціальних правових актах.

Здійснення платежів у іноземній валюті регулюється Законом України «Про валюту і валютні операції» [16]. Закон визначає правові засади здійснення валютних операцій, валютного регулювання та валютного нагляду, права та обов'язки суб'єктів валютних операцій і вповноважених установ та встановлює відповідальність за порушення ними валютного законодавства.

Оподаткування прибутку від експортних операцій здійснюється на підставі Податкового кодексу України [15], згідно з яким операції з вивезення

товарів за межі митної території України підлягають оподаткуванню за нульовою ставкою; об'єктом оподаткування є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності (п. 134.1.1).

В основу законодавчої бази страхування експортних операцій покладено Закон України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту» [18], яким визначаються засади державної підтримки експортної діяльності шляхом страхування, перестрахування, гарантування, часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами.

З метою запобігання демпінгу використовується Указ Президента України «Про заходи щодо запобігання експорту товарів походженням з України за цінами, що можуть розглядатися як демпінгові, та врегулювання торговельних спорів» [23] (втратив чинність, крім ст. 6, 7, 8, 9) [6]. Зокрема, ст. 6 встановлено, що під час здійснення суб'єктами підприємницької діяльності України експортних та імпорتنих операцій безпосередньо або через зовнішньоторговельного посередника контрактні (зовнішньоторговельні) ціни мають відповідати цінам, що склалися чи складатимуться на відповідний товар на ринку експорту чи імпорту на момент здійснення експортної, імпорتنної операції. Відповідальність за обґрунтування цін за зовнішньоекономічними контрактами покладається на суб'єктів підприємницької діяльності.

Закон України «Про міжнародний комерційний арбітраж» [27] виходить з визнання корисності арбітражу (третейського суду) як методу, що широко застосовується для вирішення спорів, які виникають у сфері міжнародної торгівлі, й необхідності комплексного врегулювання міжнародного комерційного арбітражу в законодавчому порядку.

Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» [32] визначає їх правовий статус, а також завдання діяльності: сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, експорту українських товарів і послуг, надання практичної допомоги підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, освоєнні нових форм співробітництва; представлення інтересів членів палати з питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами; організація взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, координація їхніх взаємовідносин з державою в особі її органів; надання послуг для здійснення комерційної діяльності іноземним фірмам та організаціям тощо.

Основним джерелом правового регулювання відносин, що виникають у зовнішньоекономічній сфері, безумовно, є міжнародні договори. В них закріплюються норми й принципи, що регулюють міжнародні відносини у зовнішньоекономічній сфері.

«Міжнародний рівень правового регулювання зовнішньоекономічних відносин формують норми різних напрямів, які охоплюють торговельні, трудові, виробничі, фінансові та інші правовідносини. Ці норми віднаходять своє формування в межах функціональної діяльності міжнародних організацій і отримують відповідну потенційну перспективу інтегрування до норм національних правових систем» [13, с. 65]. Сторонами міжнародного договору можуть бути міжнародні організації, держави, їхні компетентні органи, посадові особи. Від місця суб'єкта суспільно-правових відносин у структурі міжнародних організацій і держави залежить юридична сила міжнародного договору.

За характером відносин міжнародні договори можна розподілити на: міжнародні договори у сфері міжнародної торгівлі товарами і послугами; міжнародні договори у сфері міжнародного руху капіталів і міжнародного кредиту; міжнародні договори у сфері міжнародних валютно-фінансових відносин; міжнародні договори у сфері міжнародного обміну у галузі науки і техніки; міжнародні договори у сфері міжнародної кооперації виробництва. Одним зі способів групування міжнародних правових актів є розподіл останніх

у межах міжнародних організацій, що уможлиблює їх об'єднання за предметом правового регулювання [13, с. 65]:

Міжнародні договори в межах ООН – міжнародні договори, які містять уніфіковані норми права між урядами двох, кількох або багатьох країн, що передбачають дотримання загальних узгоджених правил у певній сфері. До цієї групи міжнародних договорів належить ціла низка конвенцій, особливе місце серед яких займають Конвенція про порядок розв'язання інвестиційних спорів між державами та іноземними особами (1965 р.); Конвенція ООН про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.); Конвенція ООН про договір міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.); Конвенція ООН з боротьби з незаконним обігом наркотичних засобів та психотропних речовин (1988 р.); Конвенція про міжнародний фінансовий лізинг (1988 р.); Конвенція про міжнародний фак-торинг (1988 р.).

Міжнародні договори в межах ГАТТ/СОТ – міжнародні договори, які містять уніфіковані норми щодо торговельно-економічного співробітництва між урядами двох, кількох або багатьох країн, що передбачають дотримання загальних узгоджених правил у цій сфері. Міжнародні багатосторонні угоди ГАТТ/СОТ передбачають узгодження країнами – членами СОТ свого законодавства з положеннями ГАТТ; подальше зниження тарифів на 40 % п'ятьма рівномірними річними частками (країни, що розвиваються, і країни з перехідною економікою можуть мати нижчі темпи зниження тарифів). Головними угодами в рамках ГАТТ/СОТ є: Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ), Генеральна угода з торгівлі послугами (ГАТС), Угода про торговельні аспекти прав на інтелектуальну власність (ТРИПС).

Міжнародні договори в межах ВМО – конвенції, які спрямовані на встановлення основних принципів митного режиму для країн, які приєднались до цих конвенцій, а також загальних правил здійснення митного контролю і стягнення митних тарифів, співробітництва між країнами світової спільноти в цій сфері. Цю групу конвенцій становлять: Конвенція про створення Ради митного співробітництва (1950 р.), чинна для України з 1992 р.; Митна конвенція про карнет А.Т.А. для тимчасового ввезення товарів (1957 р.), є

чинною для України; Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП (Конвенція МДП) (1975 р.); Міжнародна конвенція про узгодження умов проведення контролю вантажів на кордонах (1982 р.); Конвенція про контроль за транскордонним перевезенням небезпечних відходів та їх видаленням (1989 р.).

Міжнародні багатосторонні договори в межах економічних блоків – міжнародні договори, які містять уніфіковані норми щодо зовнішньоекономічної діяльності між урядами кількох країн -членів відповідного економічного блоку, що передбачають дотримання загальних узгоджених правил у даній сфері. До них належать: міжнародні багатосторонні договори в межах ЄС (добровільно узгоджені країнами – членами Європейського Союзу загальні правила поведінки, що укладені у формі угод); міжнародні багатосторонні договори в межах СНД (добровільно узгоджені країнами – членами Співдружності Незалежних Держав загальні правила поведінки в цій сфері, що укладені у формі угод, конвенцій, протоколів тощо); міжнародні багатосторонні договори в рамках інших економічних блоків (створюються міжурядовими комісіями відповідних держав, які зацікавлені у вирішенні конкретних питань).

Міжнародні договори набирають чинності для України після надання нею згоди на обов'язковість міжнародного договору в порядку та в строки, передбачені договором. Чинні міжнародні договори України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства і застосовуються у порядку, передбаченому для норм національного законодавства.

Україна визнає для себе примат міжнародного права, але в обмеженому обсязі. Особливості застосування в Україні суб'єктами внутрішнього права норм міжнародного права встановлені Конституцією та законами України.

Відповідно до Закону України «Про міжнародні договори України» [28], чинні міжнародні договори України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства і застосовуються у порядку, передбаченому для норм національного

законодавства (ст. 19). Тобто очікувати, поки положення договору будуть трансформовані в акти внутрішнього законодавства, правозастосовним органам України не потрібно. Вони мають застосовуватись після набрання ратифікованим міжнародним договором чинності. Ратифікований міжнародний договір набуває подвійного характеру. З одного боку, він залишається джерелом міжнародного права, що регламентує зовнішні зобов'язання України, а з іншого – стає джерелом внутрішнього, національного права України [7, с. 5].

Конституція України [8] у ст. 9 закріпила, що чинні міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства України, а укладання міжнародних договорів, які суперечать Конституції України, можливе лише після внесення відповідних змін до Конституції України.

Тобто норми таких міжнародних договорів України повинні мати не меншу силу, ніж закони України, але не силу Конституції України. Отже, у внутрішньому правопорядку міжнародний договір, обов'язковий для України, не може суперечити Конституції України. Якщо міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлені інші правила, ніж передбачені законом України, мають застосовуватись правила міжнародного договору. Це твердження ґрунтується на ст. 27 Віденської конвенції про право міжнародних договорів 1969 р., учасницею якої є Україна: «... учасник не може посилається на положення свого внутрішнього права як на виправдання для невиконання ним договору». Відповідно, державні органи й органи місцевого самоврядування не мають права звузити чи скасувати своїми нормативно-правовими актами будь-які зобов'язання, що містяться в чинному міжнародному договорі. Тому, якщо нормативно-правовий акт, прийнятий після надання Верховною Радою України згоди на обов'язковість міжнародного договору, встановлює інші правила, ніж передбачені в міжнародному договорі, слід застосовувати правила, передбачені цим договором. З дати надання Верховною Радою України згоди на обов'язковість міжнародного договору не можуть застосовуватись норми внутрішньодержавних нормативно-правових

актів (за винятком норм конституційних актів), що суперечать нормам цього договору.

Щодо питання тлумачення українського законодавства на основі міжнародних договорів України. Розуміння норм Конституції України про права людини та їх тлумачення можливе лише з погляду їх дії в умовах представницької демократії. Саме такий підхід закріплено в укладених Україною міжнародно-правових актах про права людини. Особливістю Конституції України є її ідеологічна близькість до норм Загальної декларації прав людини 1948 р., міжнародних пактів про права людини 1966 р. А норми розділу «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина» нерідко текстуально близькі до міжнародно-правових.

Однак постає питання про ті права та свободи, що закріплені в міжнародно-правових актах, але не відображені в Конституції України. У теорії можливість і межі такого тлумачення оцінюються по-різному. Ч. 1 ст. 22 Конституції України передбачає, що «права і свободи людини і громадянина, закріплені цією Конституцією, не є вичерпними» [8]. Із цієї статті випливає принциповий висновок: каталог прав і свобод, викладений у Конституції, не є єдино можливим. Існує також інший каталог, більш повний, за рахунок якого може бути розширено та доповнено конституційний. Його джерелами можуть бути як міжнародно-правові акти й міжнародно-правові звичаї про права людини, у яких сформульовані ті права, що не відображені в Конституції, так і внутрішні нормативно-правові акти України, що закріплюють такі права людини, про які Конституція не згадує взагалі.

Тобто Конституція презюмує можливість рецепції договірних міжнародно-правових норм про права людини. Це повною мірою відповідає ідеї природності та невід'ємності таких прав. Якщо ж у процесі користування індивідом правами, котрі не закріплені в Конституції, але впливають з міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, з'ясовується, що ці права суперечать Конституції, то остаточно це може встановити лише Конституційний суд України [35].

Правовий звичай незмінно супроводжує розвиток і формування права. У багатьох випадках він є першоосною для становлення кінцевої форми, якої набуває правова система після свого тривалого розвитку. Вияв правових звичаїв, звичаїв ділового обігу, торговельних звичаїв на рівні міжнародного спілкування, навіть із розвитком інших текстових форм відображення правил поведінки, з часом не зменшується [12, с. 124].

Роль торговельних звичаїв нині обумовлюється імплементацією окремих виявів звичаєвого права у правових системах держав, що отримали там своє відображення завдяки системності й усталеності їх застосування учасниками зовнішньоекономічних торговельних відносин протягом тривалого часу [12, с. 124].

Торговельні звичаї у зовнішньоекономічній діяльності виконують важливу регулятивну функцію. «Міжнародний комерційний оборот – складна система суспільних відносин, яка не може бути впорядкована виключно за допомогою правових норм, що виходять від держав» [38, с. 15]. Однак у таких нормах держава може розширити коло джерел, що використовуватимуться суб'єктами для оформлення своїх правовідносин. Так, одне з положень ст. 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [24] закріплює право суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності під час складання тексту зовнішньоекономічного договору (контракту) використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації, правила міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо та у винятковій формі цим та іншими законами України.

Торговий звичай слід розуміти як одноманітне правило, яке склалось у торговому обороті, що містить абсолютно повне положення з питання, якого воно стосується. Зміст торгового звичаю має бути абсолютно чітким, що не допускає суперечливого його тлумачення, отже, виключає можливості виникнення спору з приводу визначення змісту звичаю. Друга умова, якій має відповідати таке правило, полягає в тому, що воно мусить бути єдиним, визнаним як звичай з питання, що ним регулюється, на тій території, де це правило застосовується. Тобто звичай повинен мати однаковий характер. Третьою умовою, якій мусить відповідати правило, котрому надається значення

звичаю, є його загальноновизнаність. Це означає, що те чи інше правило для отримання значення торгового звичаю має визнаватись у практиці торгових відносин як чинне й мати постійне застосування до тієї сфери відносин, до якої таке правило належить [33, с. 55–56].

До останніх як джерел права зараховуються Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (Інкотермс) 1936-2020 рр., Уніфіковані звичаї та правила для документарних акредитивів, затверджені Міжнародною торговою палатою (МТП) 1993 р., Керівні зауваження до стандартних форм документарного кредиту (документ МТП № 416), Міжнародні правила з інкасо (затверджені МТП у 1995 р.) тощо [37, с. 222].

Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (Інкотермс) 1936-2020 рр. відіграють провідну роль у врегулюванні відносин сторін за договором міжнародної купівлі-продажу. Сутність Інкотермс у тому, що вони визначають правила розподілу витрат і ризиків між учасниками правовідносин під час передавання товару, що передбачає його перевезення.

В основу покладено правило, за яким необхідно розмежовувати передачу товару та його перевезення. Це два самостійних, відокремлених процеси, що не пов'язані загальним обов'язком продавця.

За редакцією Інкотермс-2020, одинадцять правил поділяються на дві основні групи: 1) правила для будь-якого транспортного режиму (EXW, FCA, CPT, CIP, DPU, DAP, DDP); 2) правила для морських і внутрішніх водних шляхів (FAS, FOB, CFR, CIF). Критична різниця між правилами в цих двох групах – це момент, коли ризик переходить від продавця до покупця [3].

Обрання конкретного правила, що має застосовуватись для оформлення правовідносин між сторонами, по-перше, залежить від самих сторін, по-друге, впливає на наслідки «правильності» обрання шляху перерозподілу ризиків між ними.

Обираючи для оформлення своїх правовідносин правила Інкотермс, сторони також можуть бути впевненими у тому, що перехід права власності на товар відбувся. Але слід звертати увагу на те, що в правилах Інкотермс не

зазначено, коли саме титул переходить від продавця до покупця; це потрібно окремо визначати в торговому контракті. Водночас, беручи за основу правила та включивши їх у договір купівлі-продажу, продавець і покупець можуть досягти точного розуміння того, що кожна сторона зобов'язана зробити і як розподіляється відповідальність у разі втрати, пошкодження товару або іншого казусу [12, с. 124].

Уніфіковані звичаї та правила для документарних акредитивів (Uniform customs and practice for documentary credits (UCP) [36]. UCP уперше було введено для полегшення плутанини, викликані окремими країнами, які пропагують свої власні національні правила щодо акредитивної практики. З моменту досягнення цієї мети було створено низку договірних правил, які забезпечували б одноманітність у цій практиці для уникнення конкуренції часто суперечливих національних правил.

UCP – це доробок приватної міжнародної організації, а не державної установи. З моменту свого заснування Міжнародна торговельна палата наполягала на центральній ролі саморегулювання в діловій практиці. UCP – найуспішніша добірка приватних правил для торгівлі, будь-коли розроблених [1].

UCP унікальні тим, що вони не прив'язані до певного національного режиму, тому не мають законодавчого характеру. Ймовірно, це сукупність галузевих правил, котрі банки і торгові фінансові установи добровільно надають в умовах комерційного акредитиву. Правила UCP – це визначений і надійний наднаціональний кодекс, який часто отримує силу закону. Більшість національних судів і законодавчих органів визнає UCP переважно тому, що ці правила відображають наявну і зрозумілу галузеву практику [2].

Існує дві редакції зазначених Правил: UCP 500 1993 р. та UCP 600 2007 р. Як свідчить практика, міжнародна спільнота віддає перевагу виконанню положень останньої редакції Правил.

Міжнародні правила з інкасо (Uniform rules for collection (URC). У міжнародній торговельній практиці також досить поширені розрахунки у формі інкасо. Інкасова форма розрахунків регулюється окремими правилами,

прийнятими Міжнародною торговельною палатою – Уніфікованими правилами для інкасо. Єдині правила для інкасо були вперше опубліковані МТП у 1956 р. Змінені версії випущено в 1967 та 1978 рр. Останній перегляд Правил датується 1995 р., вони були видані за № 522.

URC регулюють основні права й обов'язки учасників інкасо, визначають види інкасо, порядок подання документів до оплати й порядок її здійснення, повідомлення про проведення платежу та інші питання. До URC приєдналися банки більшості країн світу, в тому числі Україна.

Інкасо – це банківська операція, за допомогою якої банк за дорученням експортера отримує на основі розрахункових документів суму коштів, що йому належить, від імпортера за відвантажені йому товари чи надані послуги й зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера у себе в банку [11, с. 40]. При цьому інкасо являє собою лише інкасування паперів і банк не гарантує оплату коштів експортеру за відвантажений товар чи надані послуги [34, с. 143].

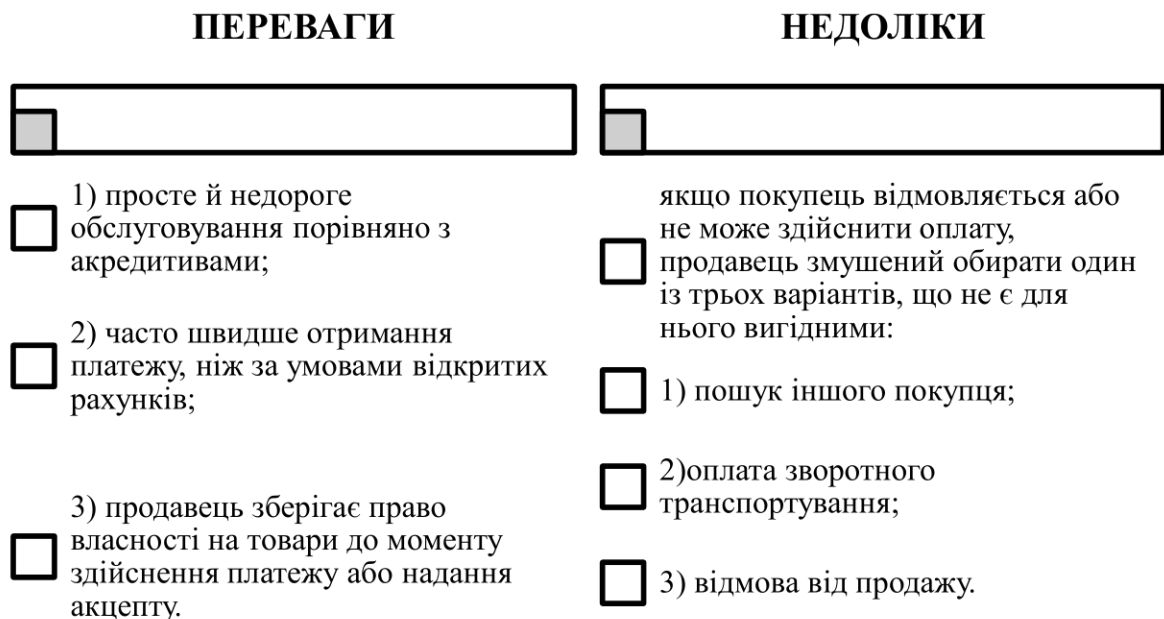


Рис. 2.5. Переваги та недоліки Інкасо [30]

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що, маючи статус недержавних способів регулювання, міжнародні торговельні звичаї відображають наявну та

зрозумілу галузеву практику. Водночас вони не залишаються сталими. Вдосконалення юридичної техніки, мистецтва застосування права у процесах становлення й розвитку правовідносин спонукають до оновлення і редакцій міжнародних торговельних звичаїв. Однак такі процеси не нівелюють їхньої правової природи. Нові редакції звичаєвих норм, як правило, спрямовані на полегшення процесу становлення договірних зв'язків між учасниками, гарантування їхньої фінансової захищеності. Незважаючи на зміни, що вносяться, міжнародні торговельні звичаї зберігають за собою фундаментальні позиції в структурі джерел міжнародного торговельного права [12, с. 126].

2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України

Торговельна діяльність означає будь-яку діяльність із хеджування та захисту цін, яку проводить Грантодавець або його Афілійовані особи щодо будь-яких Продуктів, сировини, процентних ставок або валютних обмінів, включаючи, без обмежень, будь-які форвардні контракти на продаж та/або купівлю, спотові контракти з відстроченням, опціонні контракти, спекулятивні покупки та продажі форвардних, ф'ючерсних і опціонних контрактів, як на товарних біржах, так і поза ними. Така Торгова діяльність, а також отримані внаслідок неї прибутки та збитки враховуються при розрахунку роялті, що належить Власнику роялті, у зв'язку з визначенням ціни, дати продажу або дати сплати роялті.

Торговий баланс України останні роки не змінюється. Країна продовжує експортувати сировину: залізну руду, зерно і соняшникову олію, металургійні напівфабрикати. Натомість в структурі імпорту найбільшу частку займають енергоносії та продукція з доданою вартістю: автомобілі, телефони та сільськогосподарська техніка.

Економіка України залишається сировино-орієнтованою. Країна продовжує продавати за кордон продукцію з малим рівнем переробки. В основному, це залізна руда, аграрна продукція та металургійні напівфабрикати.

З іншого боку, окрім енергоносіїв, найбільший обсяг імпорту у грошовому вимірі приходиться на автомобілі, мобільні телефони сільськогосподарську та комп'ютерну техніку.

Тобто, країна продає товари зі спадаючим потенціалом: чим більше буде видобуто залізної руди, тим дорожчою буде собівартість її подальшого видобутку.

Натомість, ми імпортуємо товари зі зростаючим потенціалом: після розробки нової моделі автомобілю або телефону, собівартість їх подальшого виробництва постійно знижується.

Крім того, сировинна продукція не потребує великої кількості робочих місць. На відміну від виробництва продукції з доданою вартістю, яка передбачає створення технологій, виробничі ланцюжки, залучення набагато більше робочих місць.

Використовуючи систему Державної митної служби «Показники зовнішньої торгівлі України», Бізнес-Центер проаналізував структуру імпорту та експорту України за минулий рік.

Після «ковідного» 2020 року світова економіка пішла вгору. В 2020 році зниження споживання призвело до зупинки виробництва і меншого споживання сировини.

Відтак, коли світова економіка почала відновлюватись, виробники commodities (біржових товарів) не встигали задовільнити попит. Ціни на сировину в світі почали рости.

Саме цим пояснюється ріст номінального внутрішнього валового продукту (ВВП) України в 2021 році більше ніж на 3%.

Це означає, що коли в 2022 році ціни на сировину припинять зростання і відкотяться назад, ріст ВВП ледве перевалить 1%. А це дуже мало для української економіки.

Також завдяки високим цінам на сировину обсяг експорту в 2021 році збільшився на 38% - до 68,2 млрд. дол. США.

Але через те що Україна залежить від імпорту енергоносіїв – нафтопродуктів, природного газу та вугілля – обсяг імпорту також значно виріс: на 36%, до 73,3 млрд. дол. США.

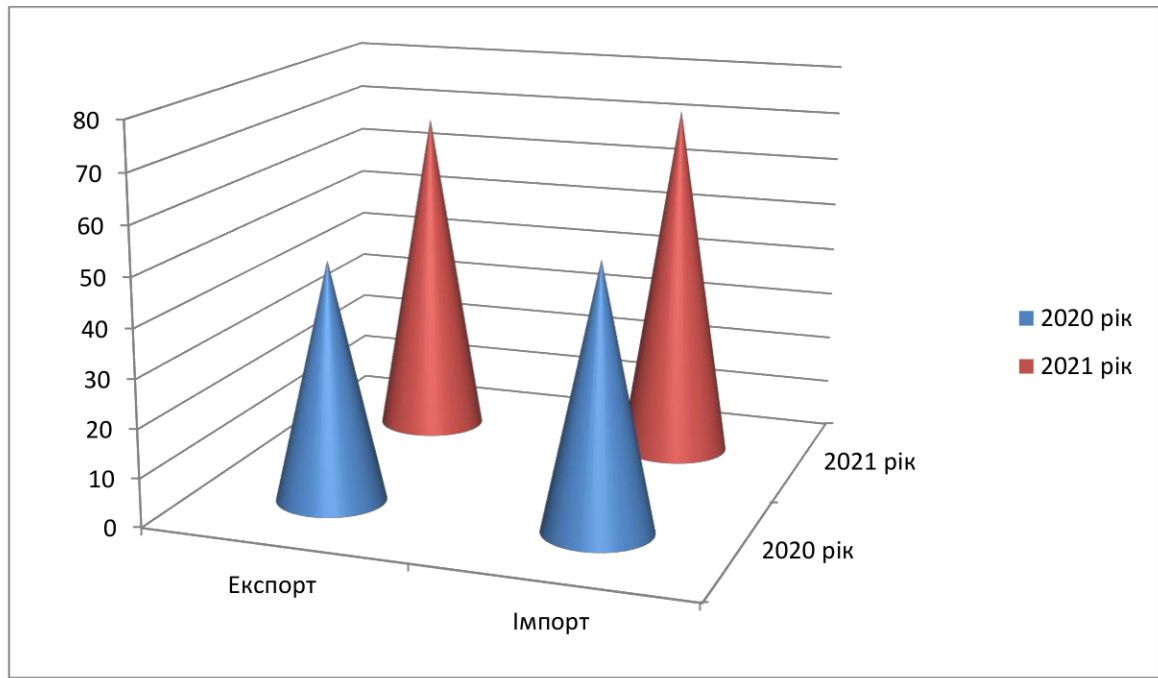


Рис. 2.6. Зовнішня торгівля України, млрд. дол.

Негативне зовнішньоторгове сальдо також виросло і склало 5,06 млрд. дол. США Україна з 2006 року має негативний торговий баланс. Країна, як економічне об'єднання, постійно у збитках.

Це б не було проблемою, якби ці збитки утворювались би за рахунок імпорту технологій чи виробничого обладнання. Але із сучасною економічною політикою не існує передумов для позитивного торгового сальдо у найближчі роки.

Дефіцит торговельного балансу в кінцевому рахунку призводить до дефіциту державного бюджету. Щоб покрити його, Україна постійно позичає гроші у міжнародних інституцій та на світових ринках капіталу за рахунок випуску облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП).

Структура експорту. За групами товарів, в 2021 році найбільшу частку в експорті займали чорні метали. Цієї продукції було продано майже на 14 млрд.

дол. США. Ця ж група показала найбільший приріст вартості. Її обсяг виріс на 81% порівняно з 2020 роком.

В 2020 році найдорожчим експортом було зерно. Всі без виключення товарні групи експорту додали у вартості. Це пов'язано із ростом вартості сировини та загальносвітовою інфляцією в 2021 році.

Крім чорних металів, найбільший приріст показали металеві руди: 7,1 млрд дол.. США, плюс 61% порівняно із 2020 роком. При тому, обсяг експорту у тонах в 2021 році скоротився.

Також великий приріст у вартості показали експорт обробленої деревини та меблів. Плюс 43% та 40% відповідно.

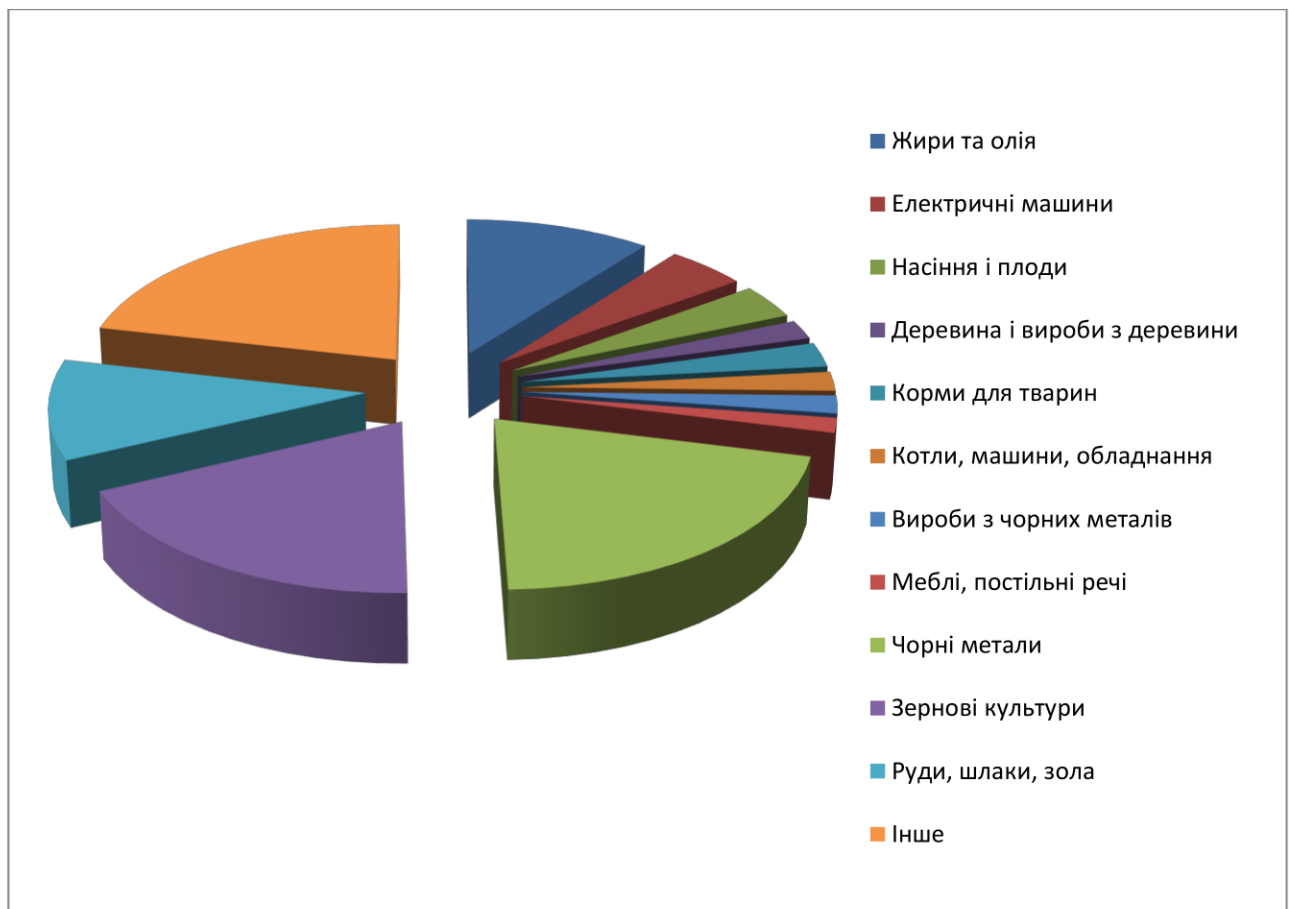


Рис. 2.7. Структура експорту України за 2021 рік

Якщо дивитись по конкретних товарних позиціях, згідно українського класифікатора товарів зовнішньої економічної діяльності (УКТ ЗЕД) найдорожчим експортним товаром України в 2021 році була залізна руда.

Як не раз писав БЦ, найбільшими експортерами цієї сировини з України є Метінвест Ріната Ахметова та Вадима Новинського, а також Фергехро Костянтина Жеваго.

З 2015 року ціна руди коливалась від 60 дол. США до 120 дол. США за тону. Але влітку 2021 року її ціна досягала 240 дол.США за тону.

У лютому 2021 року, коли ціни на руду почали зростати, у Верховній Раді був зареєстрований проєкт закону № 5600, який серед іншого підвищував рентні податки на руду. Таким чином уряд збирався вийняти надприбутки у операторів гірничо-збагачувальних комбінатів (ГЗК).

Але закон було ухвалено лише наприкінці листопада 2021 року, коли пік вартості руди вже минув.

В 2020 році українські ГЗК отримали чистого прибутку 42,7 млрд грн. При тому, сплатили рентних платежів 3,9 млрд грн. В 2021 році їх прибутки будуть набагато більшими, а рентні платежі залишаться практично на тому ж рівні.

Таблиця 2.2

ТОП-10 позицій українського експорту в 2021 році в грошовому вимірі

№	Код УКТЗЕД	Позиція	млрд дол.	ТОП-3 країн-партнерів
1	2601	Залізна руда	6,91	Китай, Чехія, Польща
2	1512	Олія соняшникова	6,4	Індія, Китай Нідерланди
3	1005	Кукурудза	5,89	Китай, Іспанія, Нідерланди
4	1001	Пшениця	5,07	Єгипет, Індонезія Туреччина
5	7207	Напівфабрикати зі сталі	4,09	Італія, Туреччина, Домініканська республіка
6	7208	Плоский прокат з вуглецевої сталі	3,74	Туреччина, Польща, РФ
7	7201	Чавун у чушках	1,64	США, Італія, Туреччина
8	8544	Кабелі	1,59	Німеччина, Польща, Румунія
9	1003	Ячмінь	1,28	Китай, Туреччина, Саудівська Аравія
10	7202	Феросплави	1,04	Туреччина, Італія, Китай

Друга позиція експорту за вартістю – соняшникова олія. Україна є найбільшим в світі експортером цієї продукції.

Найбільшим переробником і експортером соняшникової олії є агрохолдинг Kernel Андрія Веревського та Віталія Хомутинніка.

Наступні позиції – кукурудза та пшениця. Їх найбільшими експортерами є той же Kernel, Нібулон Олексія Вадатурського та міжнародні корпорації: китайська COFCO, американські Bunge та Cargill.

Наступні три позиції займають металургійні напівфабрикати, які експортують переважно Метінвест та "АреселорМіттал Кривий Ріг" (АМКР) Лакшмі Міттала.

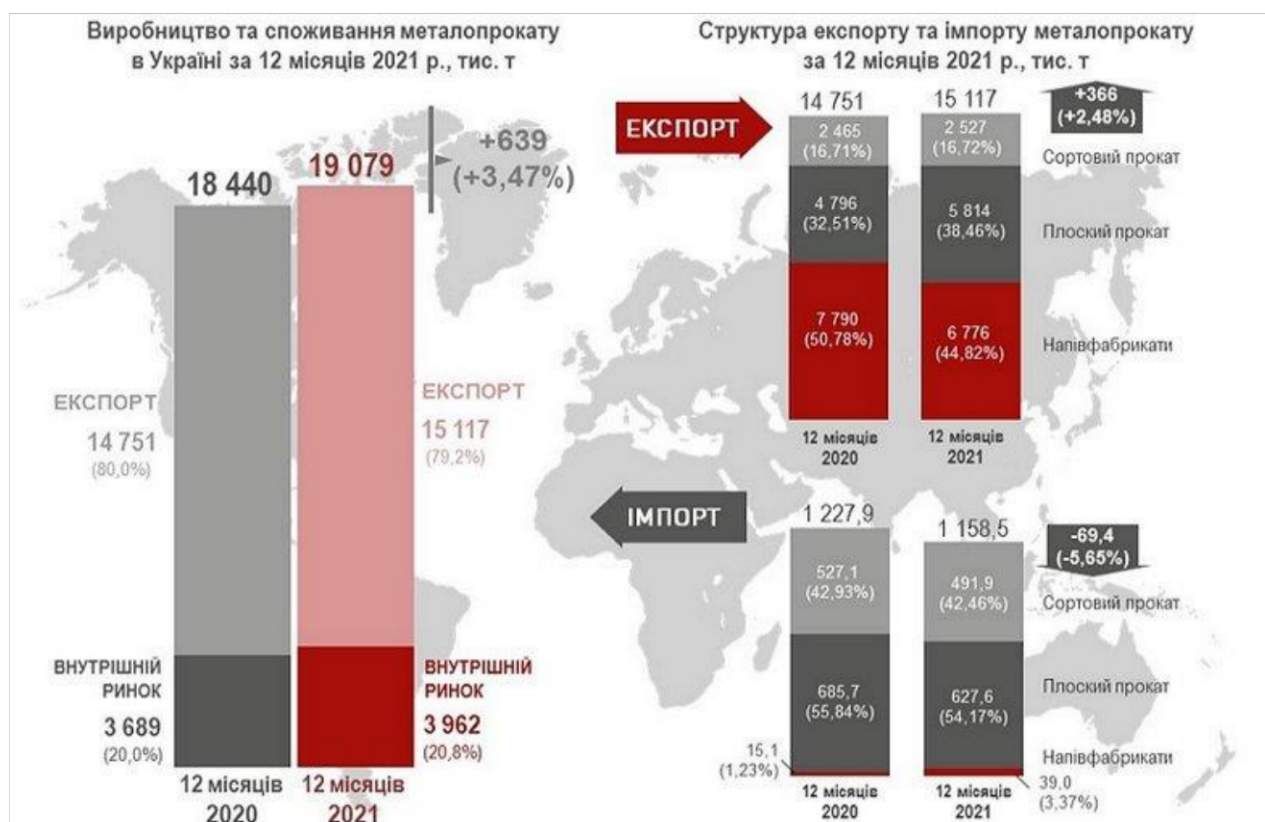


Рис. 2. 8. Джерело даних експорту/імпорту ВСКГРУП

Цікаво, що найбільшим покупцем напівфабрикатів зі сталі є Італія. Там розташовані два заводи що належать Метінвесту: Ferriera Valsider та Metinvest Trametal.

Ці заводи використовують українські заготовки, щоб виробляти готову продукцію. Тобто, видобуток сировини та плавка сталі, що псують екологічний стан, відбуваються в Україні. А додана вартість виробляється в Італії.

Восьму позицію за обсягом валютних надходжень займає експорт кабелів для автомобільної промисловості Європи.

Ще з 2017 року на заході країни активно почали відкриватись заводи із виробництва проводки для автомобілів. Це виробництво потребує великої кількості відносно не кваліфікованої ручної праці.

Головні причини інвестицій: відносно дешева робоча сила в Україні і близькість до європейських автомобілебудівних заводів.

Наразі в Україні більше 10 заводів зі скрутив кабелів для авто. Як писав БЦ в 2019 році, найбільші інвестори в цій галузі: японські корпорації Sumitomo Electric Bordnetze та Fujikura, німецька Leoni, французька Nexans.

Ці підприємства працюють за толінговою схемою. Тобто, беруть сировину на переробку. В Україну імпортуються кабелі, скручують в систему проводки для авто і експортуються на автозаводи в Німеччину, Польщу, Румунію.

Так, вартість експорту кабелів в 2021 році склала 1,6 млрд. дол. США. А вартість імпорту тієї самої товарної позиції – 0,6 млрд. дол. США.

Дев'яту позицію в експорті займає ячмінь. Україна входить в п'ятірку найбільших світових експортерів цієї продукції. Найбільші експортери – ті самі агрохолдинги, що продають кукурудзу і пшеницю.

Замикає ТОП-10 позицій експорту феросплавна продукція, яка використовується металургійними заводами для виробництва сталі.

В цю галузь контролює фінансово-промислова група Ігоря Коломойського. Їй належать Покровській та Марганцевий ГЗК, які видобувають 100% марганцевої руди для виробництва феросплавів. А також – найбільші підприємства в цій галузі: Нікопольський та Запорізький феросплавні заводи.

Структура Імпорту. Судячи із структури імпорту по товарним групам, найбільшою проблемою економіки України є дефіцит енергоносіїв. На

закупівлю нафтопродуктів, природного газу та вугілля в 2021 році Україна витратила майже 15 млрд. дол. США.

Ситуація ускладнена тим, що в 2021 році через відновлення світового виробництва, енергетичну кризу в Китаї та обмеження експорту газу в Європу Газпромом, ціни на природний газ досягли історичного максимуму. В жовтні ціни доходили до 2000 дол. США за тисячу кубів, хоча ще в 2020 році вони опускались до 150 дол. США за тисячу кубів.

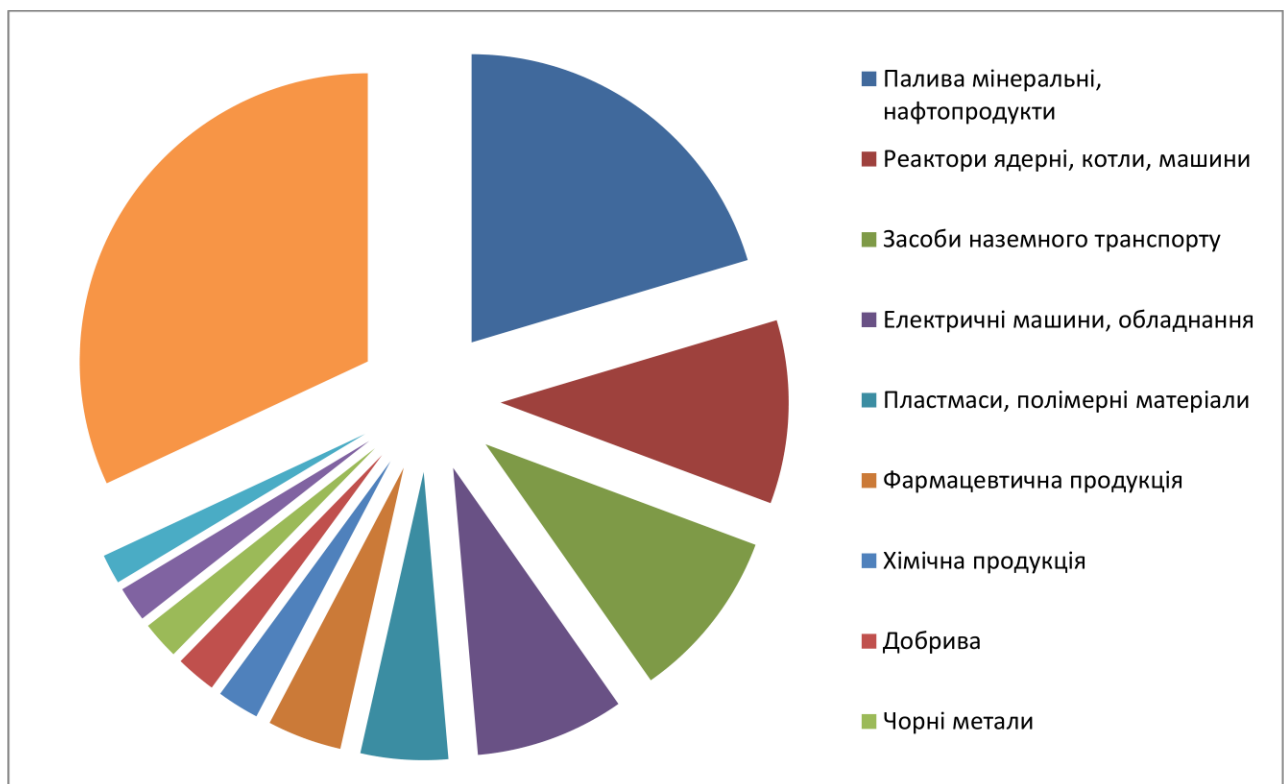


Рис. 2.9. Структура імпорту в Україну за 2021 рік

Крім мінеральних палив, найбільшими групами товарів по імпорту були транспортні засоби, включаючи легкові авто, сільськогосподарську техніку та техніку для дорожнього будівництва. Питома вага у хімічній продукції, пластмас та добрив.

Якщо дивитись по конкретних товарних позиціях, найдорожчим імпортом товаром в 2021 році були нафтопродукти. В першу чергу – дизельне пальне.

Україна щорічно споживає нафтопродуктів в еквіваленті близько 15 млн тон нафти. При тому, видобуток сирої нафти в 2021 році склав всього 2,4 млн тон. Основними постачальниками дизпалива в Україну залишаються Білорусь та Росія.

Талиця 2.3

ТОП-10 позицій імпорту в Україну в 2021 році в грошовому вимірі

№	Код УКТЗЕД	Позиція	млрд дол.	ТОП-3 країн-партнерів
1	2710	Нафтопродукти	5,62	Білорусь, РФ, Литва
2	2711	Природний газ та скраплений газ	4,98	Швейцарія, Угорщина, РФ
3	8703	Легкові авто	4,42	США, Японія, Німеччина
4	2701	Кам'яне вугілля	2,49	РФ, США, Казахстан
5	8517	Телефони	1,34	Китай, В'єтнам, Угорщина
6	8471	Комп'ютерна техніка	0,86	Китай, Польща, Чехія
7	2709	Сирі нафтопродукти	0,83	Азербайджан, Алжир, Лівія
8	8701	Трактори	0,79	США, Німеччина, Білорусь
9	8708	Запчастини	0,62	Китай, РФ, Німеччина
10	8544	Кабелі	0,6	Німеччина, Угорщина, Польща

Друга позиція імпорту – природний газ та скраплений газ (пропан, бутан). Україна щорічно видобуває близько 20 млрд кубів газу, а споживає – близько 30 млрд кубів. В 2021 році Україна імпортувала природного газу на 4,04 млрд дол. США. Ще майже на мільярд доларів – скрапленого газу.

Слід зазначити, що в 2021 році в статистику потрапив розмитнений обсяг газу з РФ, фактичне постачання якого відбулось в 2015 році. Митна вартість цього ресурсу склала 0,58 млрд дол. США.

Третю позицію імпорту займають легкові автомобілі. Цікаво що найбільшим їх джерелом в 2021 році були США. Як правило, це імпорт авто після ДТП, що були закуплені на аукціонах страхових компаній в Америці.

На четвертому місці імпорт вугілля. Найбільшим його джерелом для України лишається Російська Федерація. Найбільші споживачі – Метінвест Ріната Ахметова, який закуповує коксівне та енергетичне вугілля для

виробництва сталі, а також ДТЕК Ріната Ахметова, який завозить з РФ вугілля для Луганської ТЕС.

Відповідно Україна не дивлячись на всі форс мажорні обставити гідно тримає економічний фронт.

Ми вирішили проаналізувати стан зовнішньоекономічної діяльності за січень 2022 року (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Розподіл зовнішньої торгівлі товарами України

у січні 2022 року

№ П П	Країна	Експорт/ <i>Exports</i>	у % до січня 2021/ <i>in % to January 2021</i>	Імпорт/ <i>Imports</i> ²	у % до січня 2021/ <i>in % to January 2021</i>	Сальдо/ <i>Balance</i>	
		тис.дол. США/ <i>thsd.USD</i>		тис.дол. США/ <i>thsd.USD</i>			
1	Єгипет	187260,1	198,5	12380,3	151,5	174879,8	<i>Egypt</i>
2	Іспанія	328537,2	263,4	67218,8	109,8	261318,4	<i>Spain</i>
3	Італія	327423,5	199,4	144731,3	130,7	182692,2	<i>Italy</i>
4	Нідерланди	257655,9	270,2	85056,2	109,5	172599,7	<i>Netherlands</i>
5	Румунія	139843,8	175,1	42983,0	83,4	96860,8	<i>Romania</i>
6	Саудівська Аравія	84455,7	198,0	14117,7	211,7	70338,0	<i>Saudi Arabia</i>
7	Туреччина	462215,9	157,6	240896,6	152,5	221319,3	<i>Turkey</i>

На таблиця 2.4. ми виділили сім країн з найбільшим позитивним сальдо за період січня 2022 року до початку військових дій на території України. Відповідно лідерами стали такі країни, як: Єгипет, Іспанія, Італія, Нідерланди, Румунія, Саудівська Аравія та Туреччина. Дані країни мають не лише позитивне сальдо, а й навищий його показник, особливо Іспанія та Туреччина. Так, у 2022 році Єгипет експортував до України товарів на 187260, 1 тис. дол. США, це майже на 200% більше порівняно з аналогічним періодом 2021 року, а от імпорт продукції був нижчий – на суму 12380, 3 тис. дол. США. До Іспанії було імпортовано товарів на 67218, 8 тис. дол.. США., Італії – 144 731, 3 тис. дол. США, Нідерланди – 85056, 2 тис. дол. США, Румунія – 42983, 0 тис. дол. США, Саудівська Аравія – 14117, 7 тис. дол.. США, Туреччина – 240896, 6, тис. дол. США., це є позитивним показником для України, адже вітчизняна

продукція користується попитом серед споживачів на зовнішньому ринку. Для наглядного прикладу пропонуємо наглядно познайомитися з зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних торговельних підприємств.

2.3. Загальна характеристика діяльності торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

Підприємець або юридична особа, яка бажає здійснювати торгівлю, зобов'язана дотримуватись мінімальних технічних умов, отримувати письмову згоду власника або уповноваженого ним керівника приміщення на продаж поза магазинами, вести торговельний облік і визначати режим роботи магазину. та працюють згідно з опублікованим графіком.

Підприємець, який реалізує товари поза магазинами за допомогою виїзного магазину, пересувного кіоску, торговельного автомата, виїзної торгівлі, дистанційної торгівлі чи торгового лотка, повинен отримати письмову згоду власника або оператора приміщення, у якому продаються товари. . Муніципалітет визначає приміщення, де можна продавати товари таким чином. Продажем поза приміщенням вважається також продаж на заходах (ярмарках, мітингах тощо), на які організатор заходу може отримати письмову згоду для всіх учасників заходу.

Роздрібна торгівля повинна здійснюватися в магазині або на прилеглий до магазину території у відповідному порядку. Приміщення, обладнання та засоби в магазині повинні відповідати типу та характеристикам товарів, способу продажу товарів та умовам, викладеним у правилах. Якщо в магазині здійснюється інша діяльність, площа, призначена для цієї діяльності, повинна бути помітно відокремлена від зони, призначеної для торгівлі, або позначена як така у внутрішньому плануванні приміщення.

Здійснюючи діяльність, торговець повинен забезпечити регулярну перевірку вимірювань – ваг, які використовує торговець для визначення вартості своїх послуг.

Зовнішній вигляд магазину повинен забезпечувати безперешкодний доступ до входу, вивіска із зазначенням найменування та юридичної адреси торговця та назви магазину, якщо така є, повинна бути розміщена на вході до магазину на видному місці, графік відкриття години роботи магазину повинні бути вивішені на видному місці біля входу до магазину, а якщо торгівля здійснюється також у відповідно облаштованій прилеглий до магазину зоні, має бути забезпечено безперешкодне пересування в цій зоні.

Оптова торгівля – придбання товарів і їх перепродаж торговцям та іншим підприємцям-фізичним особам, юридичним та іншим фізичним особам, які придбавають їх для здійснення професійної або професійної діяльності.

Оптовик може продавати товари на складі, на оптовому ринку або транзитом. Транзит – це коли товар відправляється безпосередньо від постачальника до покупця, без зберігання у торговця, який здійснив купівлю-продаж. Тому у випадку продажу в дорозі торговець не потребує складу.

Здійснення контролю. Контроль за виконанням положень Закону про торгівлю здійснює Ринкова інспекція. Якщо ринкова інспекція виявить, що торговець не відповідає мінімальним технічним умовам здійснення торгівлі або не веде торговий облік, вона встановлює строк для усунення порушень. У разі здійснення суб'єктом господарювання торгівлі поза об'єктами торгівлі без відповідної письмової згоди ринкова інспекція забороняє торговцю здійснювати торгівлю до усунення виявлених порушень. Якщо трейдер здійснює торговельну діяльність, незважаючи на заборону, він несе відповідальність у розмірі від 1000 до 100 000 євро.

Споживачі та підприємства, особливо малі та середні підприємства, все більше цікавляться покупками в Європейському Союзі. Однак, за даними Європейської комісії, трейдери все ще відмовляються продавати або постачати клієнтам з іншої держави-члена без об'єктивних причин або не пропонують їм такі ж вигідні ціни, як вони пропонують місцевим клієнтам.

У результаті практики, описаної вище, Європейський Союз прийняв Регламент (ЄС) 2018/302 щодо боротьби з невикористаним геоблокуванням та іншими формами дискримінації за національністю клієнта, місцем проживання або місцем створення на внутрішньому ринку, який вимагає зобов'язання підприємств гарантувати, що у випадках, коли для цього немає об'єктивно виправданих причин, вони не перешкоджають іноземним клієнтам отримувати доступ до тих самих пропозицій і користуватися ними на тих самих умовах, що й місцеві клієнти. На практиці це означає, що продавець не повинен:

- блокувати або обмежувати доступ споживачів за допомогою технологічних заходів чи іншим чином;
- перенаправляти споживача з однієї версії веб-сайту на іншу без явної згоди споживача;
- застосовувати різні загальні положення та умови для доступу до товарів або послуг, коли споживач хоче придбати товари без доставки за межами зони обслуговування продавця, отримати доступ до електронних послуг (наприклад, хмара, сховище даних або веб-хостинг) або забронювати послуги, отримані в країні, де продавець працює, наприклад, у випадку розміщення в готелі, спортивних заходів, оренди автомобілів, квитків на концерти, музичні фестивалі чи парки розваг тощо.

Дискримінація споживачів щодо способів оплати також заборонена. Це означає, наприклад, що німецький продавець, який приймає певну марку кредитної картки та прямі банківські перекази для покупок на своєму веб-сайті, не може відмовитися прийняти платіж, здійснений за допомогою кредитної картки.

Щороку кількість підприємств, що займаються торговельною діяльністю в Україні змінюється, так як деякі малі підприємства не витримують конкуренції.

Пропонуємо більш детально познайомитися з діяльністю такого торговельного підприємства як: ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» (Товариство з обмеженою відповідальністю «КОМФІ ТРЕЙД») (Додаток Б). На сьогоднішній день ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» є лідером ринку України у сегменті роздрібною

торгівлі електронікою та побутовою технікою. Підприємство функціонує відповідно до загальних норм Цивільного кодексу України. Станом на кінець 2021 року підприємство продовжує зміцнювати свої позиції в усіх регіонах України. А починаючи з 2019 року ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» поставила перед собою нову місію, яка спонукатиме її до майбутніх удосконалень та досягнення нових результатів – «Ставте рекорди радості від покупки» [121].

Повна назва Товариство з обмеженою відповідальністю «КОМФІ ТРЕЙД» є однією з найбільших комерційних структур в Україні, яка стабільно працює в економічному просторі країни та активно впливає на розвиток громадянського суспільства. Підприємство є вим знайомим своєю мережею магазинів під назвою «COMFY» (рис. 2.10.), а також є першим багатоканальним продавцем побутової техніки та електроніки в Україні, лідером ефективності в галузі. Центральний офіс компанії знаходиться за юридичною адресою підприємства у місті Дніпро: 49100, м. Дніпро, бул. Слави, 6Б, к.413.



Рис. 2.10. Мережа магазинів COMFY

Головними цілями створення та діяльності товариства є одержання прибутку для поліпшення економічного стану засновників (учасників) підприємства, залучення фізичних та юридичних осіб до спільної діяльності щодо насичення споживчого ринку високоякісною продукцією (послугами), та підвищення конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринку.



Рис. 2.11. Основні види діяльності підприємства відповідно до КВЕД

На початку створення компанії, вона входила до складу підприємства Холдинг «Акустика», що функціонувало в Україні з 1994 року в місті Дніпропетровськ (на сьогодні місто Дніпро). Криза 1998 року негативно вплинула на стан господарської діяльності Холдингу «Акустика», після чого ними було втрачено три чверті капіталу, але компанія зберегла команду і всі торгові місця. Торгівельну мережу побутової техніки та електроніки «COMFY»

її засновник Роніс Станіслав Маркович створив у 2005 році. Спочатку він запропонував власникам «Домотехніка» Сергію Закревському і Сергію Розанову створити єдину компанію. Але через розбіжності в компаніях їм не судилося злитися в одну структуру. І тоді Роніс С.М. зважився створити власну компанію. І не прогадав, бо 24 грудня 2005 року було відкрито перший магазин під вивіскою «COMFY» у м. Кривий Ріг. А через 4 роки перевантажена боргами «Домотехніка» оголосила про банкрутство.

Починаючи з 2005 року, навіть пройшовши кризові 2008 – 2009 рр., коли багато хто з ритейлерів вимушені були скоротити темпи розвитку або навіть піти з ринку, мережа магазинів побутової техніки та електроніки «COMFY» стала найдинамічнішою з точки зору розвитку на ринку. А приріст кількості магазинів від початку заснування за 2 роки склав майже 65%, це приблизно 4 магазини щорічно відкритих в різних регіонах України та найефективнішою з точки зору обороту продажів з кожного м² мережею магазинів побутової техніки та електроніки в Україні.

У 2011 році ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» відкрила 15 нових і 50 оновлених магазинів по всій території України.

У 2014 році Інтернет-магазин comfy.ua увійшов до ТОП-10 найкрупніших он-лайн-магазинів українського сегменту в мережі Інтернет.

Криза 2013-2015 років сильно вдарила по українському ринку техніки та електроніки. Практично всі оператори повідомляли про різке падіння продажів і в штуках, і в доларах. Деяке зростання гривневої виручки пояснювався триразовою девальвацією національної валюти і двозначними показниками інфляції.

У цих умовах практично всім ритейлерам довелося приймати складні і непопулярні рішення, в тому числі закривати магазини, скорочувати персонал, зменшувати площі торгових точок. Всі чотири провідні гравці цього ринку почали проводити реконцепцію своїх об'єктів. На Retail & Development Business Awards – 2017 експертна рада порахувала, що краще за всіх з проведенням оновленням магазинів впоралося саме «COMFY»: мережа перемогла в номінації «Реконцепція року в ритейлі».

Зараз у «COMFY» три робочих формату – флагманський магазин (1500 кв.м.), формат 1000 кв.м. і формат 500 кв.м.

Станом на лютий 2020 року мережа налічує 92 сучасних магазини нового формату. COMFY.UA входить в Топ-3 найбільших онлайн-гравців на ринку побутової техніки та електроніки.

Компанія входить в ТОП-20 кращих роботодавців України рейтингу HeadHunter 2018 року і налічує понад 4 000 співробітників. Транзакційний індекс NPS (Net Promotion Score) становить 74%, що є високим показником для українського ритейлу і не тільки. Ключова особливість бренду в тому, що він емоційний, яскравий і чесний.

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» здійснює такі види діяльності, як відображено на рисунку 2.12.

1 ВИД ДІЯЛЬНОСТІ	2 ВИД ДІЯЛЬНОСТІ	3 ВИД ДІЯЛЬНОСТІ
<ul style="list-style-type: none"> • Надання торгових, фінансових та комерційних послуг, • Реклами, транспорту, проектування, • Планування, обслуговування, • Брокерської, лізингової, маркетингової, комерційної діяльності, • Інформації для підприємств, установ, організацій та приватних осіб; 	<ul style="list-style-type: none"> • Торгова, • Торгово-закупівельна діяльність, як через мережу магазинів, так і через оренду в формі торгівлі, • Роздрібною торгівлі, • Оптової комісії (дрібний опт); 	<ul style="list-style-type: none"> • Товари, які товариство пропонує для купівлі своїх клієнтів: • Побутова техніка; • Посуд, товари для дому та відпочинку; • Телефони; • Гаджети і електротранспорт; • ТВ, аудіо та відео; • Фото, відеокамери, автотовари; • Інструмент та витратні матеріали; • Ноутбуки, планшети, комп'ютери;

Рис. 2.12. Види діяльності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

На сьогоднішній день будучи однією з найбільших мереж торгових магазинів побутової та електротехніки в Україні ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» постачає продукцію понад 20-ти відомих торгових марок та брендів з усього світу, що включає понад двадцять тисяч найменувань товарів.

Найбільше товарів електроніки надходить з США, Японії, Китаю та України, це можна спостерігати з таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Розподіл виробників техніки за країнами

№пп	Назва компанії виробника	Країна походження
1.	Samsung	Корея
2.	iPhone	США
3.	Bosch	Німеччина
4.	Whirlpool	США
5.	Vestfrost	Данія
6.	Beko	Туреччина
7.	Indesit	Італія
8.	Gorenje	Словенія
9.	Prime Technics	Китай, Україна
10.	LG	Південна Корея
11.	Xiaomi	Китай
12.	JVC	Японія
13.	Kivi	Китай
14.	Nokia	Фінляндія
15.	Liberton	Україна, Китай
16.	Ventolux	Україна, Китай
17.	ELEYUS	Україна
18.	Sony	Японія, США
19.	Huawei	Китай
20.	Lenovo	Китай

Торгову продукцію можна придбати як у самій мережі магазинів, так і замовити за допомогою інтернет сторінки, де у зручному форматі можна обрати будь-який продукт з наявності.

За місяць офіційний сайт магазину може відвідати понад шість мільйонів осіб, а от завітати до торгової точки близько восьмидесяти тисяч за один день. Так і продажі магазинів мають свої показники, середній чек найчастіше за день сягає суми 6 тисяч гривень.

Перш ніж встановити конкурентну позицію ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» на ринку та особливості його зовнішньоекономічної діяльності пропонуємо провести аналіз фінансових показників з метою визначення ефективності діяльності підприємства та його ліквідність. Для цього використовуються фінансові звітності, а саме форма 1 (Баланс) та форма 2 (Звіт про фінансові результати) (Додаток Б).

Одразу можна побачити, що товариство має тенденцію до збільшення чистого прибутку. Але досить важко лише з цього робити висновки про ефективність та перспективи організації. Для того, щоб побачити більш чітку картину, необхідно дослідити більше показників (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

Аналіз фінансово-економічних показників ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

Стаття	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 – 2018 рр.	2020 р.	Відхилення 2020 – 2019 рр.
1.Оборотні активи	611 227	827 551	216 324	1 656 630	829 079
2.Необоротні активи	86 427	95 614	91 087	123 194	27 580
3.Витрати майбутнього періоду	11	285	274	4 254	3 969
4.Чистий дохід від реалізації	3 336 705	4 985 956	1 649 251	6 563 654	1 577 698
5.Собівартість реалізованої продукції	3 051 411	4 511 610	1 460 199	6 215 110	1 703 500
6.Валовий прибуток	285 296	474 345	189 049	348 546	-125 799
7.Інші операційні доходи	9 878	62 234	52 356	295 243	233 009
8.Адміністративні витрати	35 046	71 325	36 279	128 788	57 463
9.Витрати на збут	178 530	290 340	111 810	394 548	104 208
10.Фінансові результати від операційної діяльності	84 898	135 285	500 387	76 802	-58 483
11.Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток)	79 486	127 755	48 269	58 542	-69 213
Баланс	697 554	923 165	225 611	1 779 824	856 659

Виручка від реалізації за три роки показала зростання майже на 20% в порівнянні з попереднім роком. Але позитивним є те, що собівартість реалізованої продукції змінюється пропорційно разом із виручкою.

Логічним є збільшення і валового доходу(різниця між виручкою та собівартістю). Валовий прибуток протягом трьох років змінився, у 2018 р. спостерігається найбільший розмір 285 млн. 296 тис. грн., у 2019 р. надходження від валового прибутку збільшився за попередній рік на 189 млн. 049тис. грн. У 2020 р. валовий прибуток зменшився на відміно від

попереднього року на 125 млн. 179 тис. грн., і сума становила 348 млн. 546 тис. грн. (рис. 2.13).

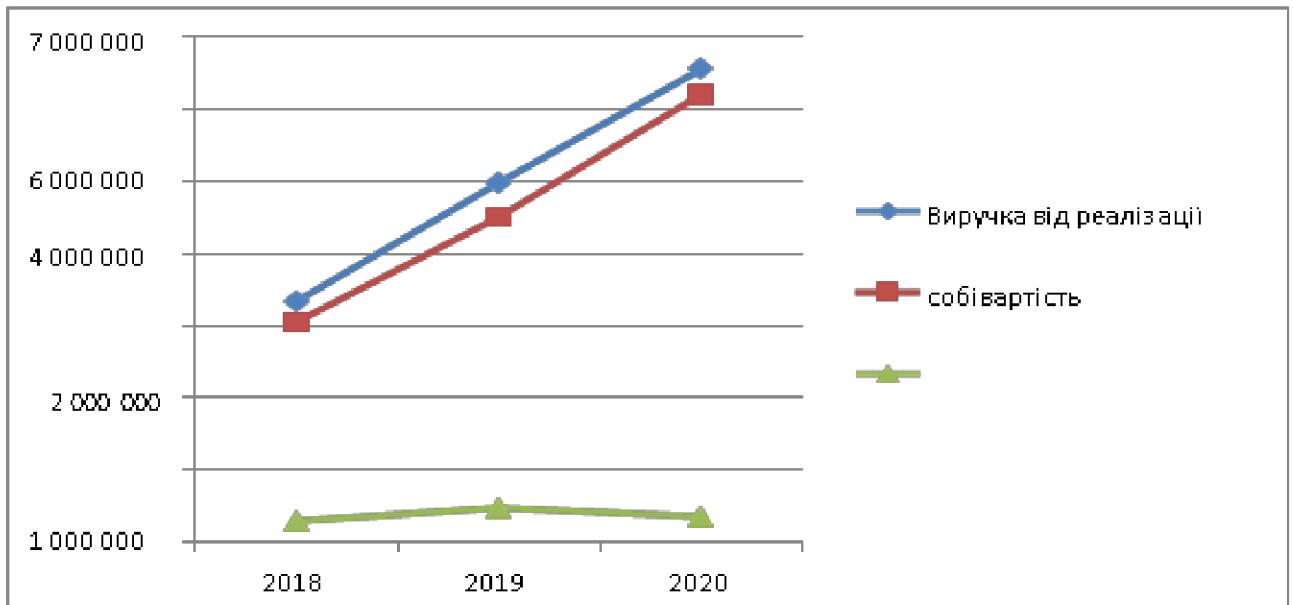


Рис. 2.13. Зміна показників валового доходу, собівартості та виручки від реалізації ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» за 2018 – 2020 роки

Витрати, як адміністративні так і на збут також збільшуються в останні 3 роки, що нами проаналізовано. Це зрозуміло адже із збільшенням реалізації продукції збільшуються і витрати.

Якщо проводити аналіз основних показників ефективності підприємства, то необхідно почати з активів підприємства (рис. 2.14).

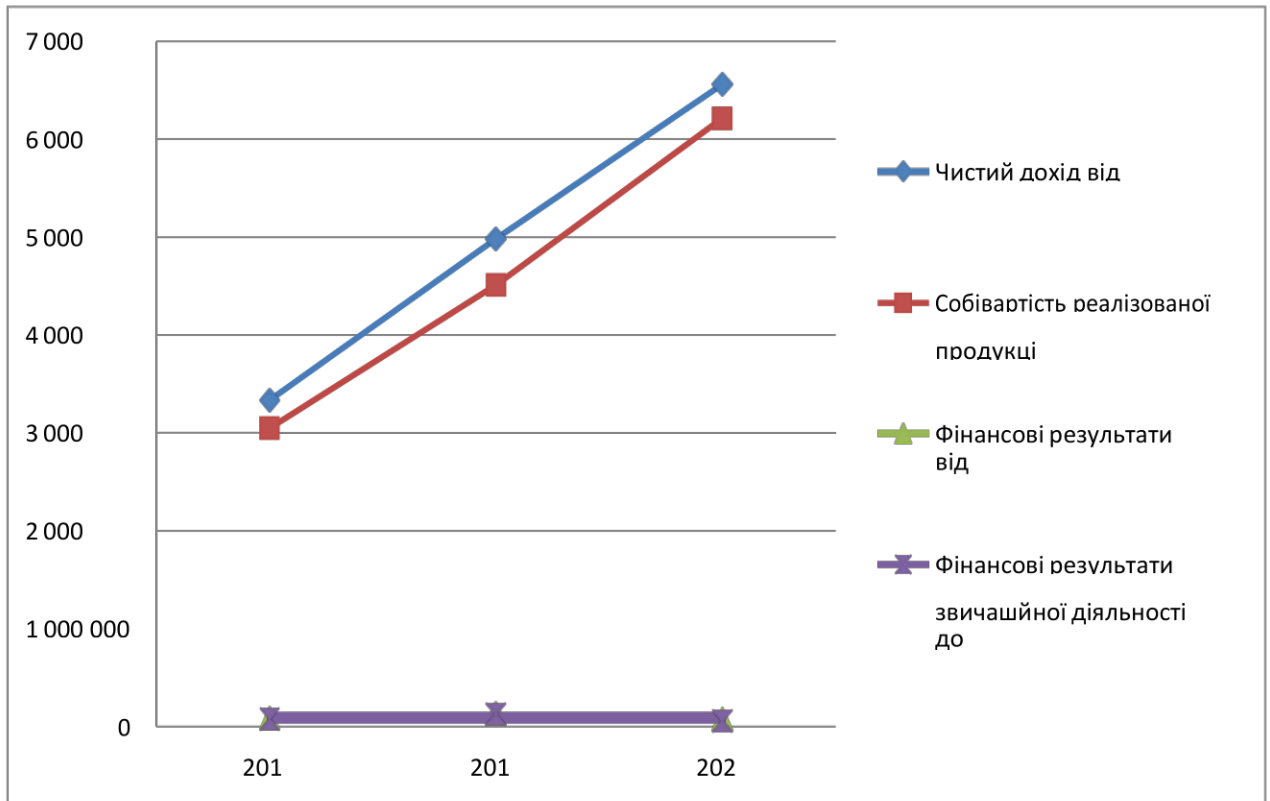


Рис. 2.14. Структура активів за 2018- 2020 роки ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

Загалом з рис. 2.14 можна побачити, що загальна вартість активів мала суттєве збільшення за три роки приблизно на 73%.

Показники рентабельності характеризують відносну прибутковість підприємства з різних позицій і групуються згідно з інтересами учасників економічного процесу. Можливі зіставлення прибутку з факторами, які на нього впливають, формують множину показників рентабельності (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7

Показники рентабельності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» за 2018 – 2020 роки

Показники	2018	2019	2020
Рентабельність власного капіталу	16,216	23,530	16,416
Рентабельність активів	5,60	6,35	4,36
Рентабельність продажів	0,055	0,041	0,032

Показник рентабельності власного капіталу характеризує відсоток прибутковості власного капіталу і є критерієм ефективності інвестування коштів власників у дане підприємство. Позитивним є зростанням даного

показника. На рис. 2.15. спостерігається збільшення цього показника, що є позитивним для підприємства.

Показник рентабельності активів характеризує відсоток прибутковості активів підприємства за певний період. В 2020 році можемо спостерігати невелике зростання цього показника (рис. 2.15.). Ще одним важливим показником є рентабельність продажів. Цей показник має яскраву тенденцію до збільшення, що можливо спостерігати на рис. 2.15.

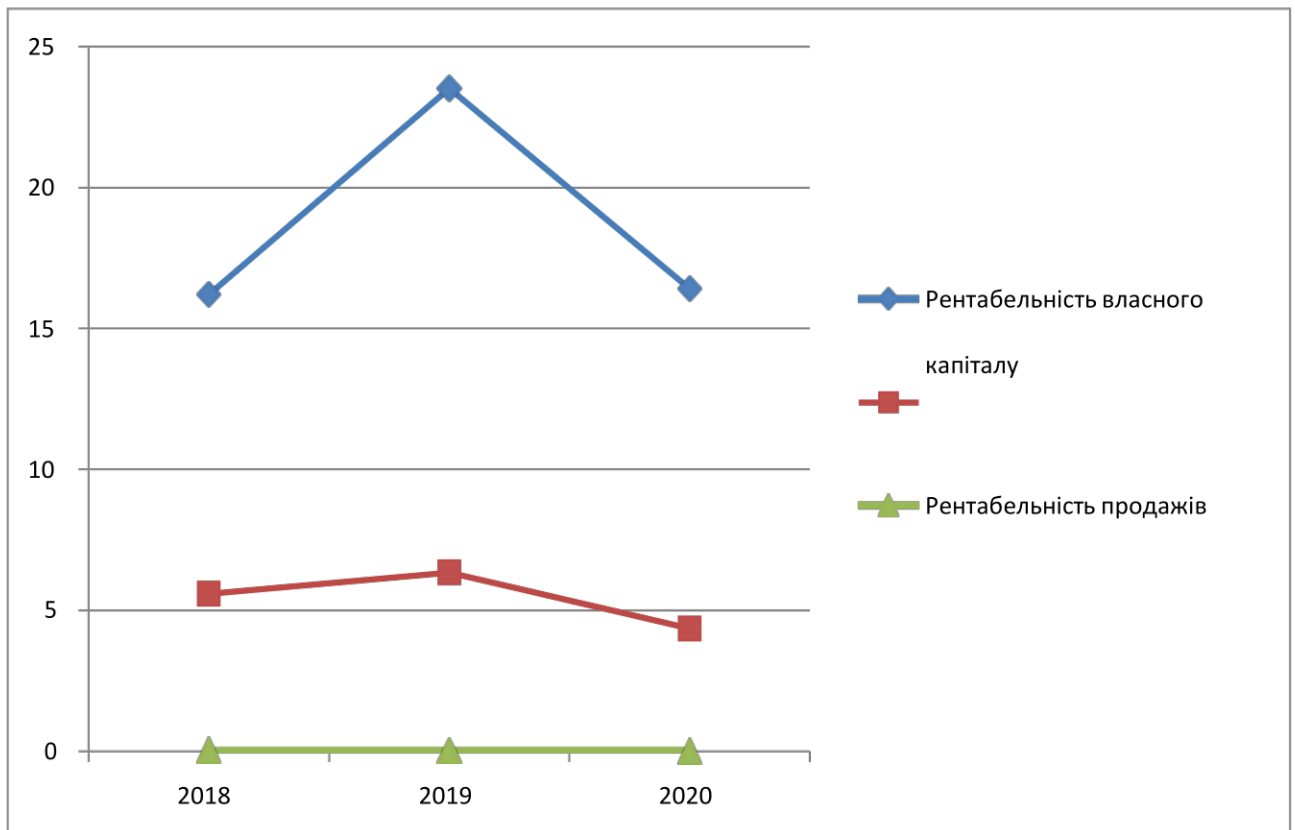


Рис. 2.15. міна показників рентабельності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» за 2018 – 2020 роки

Враховуючи, що за показниками, що ми розглянули ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» є фінансово стійким та рентабельним, доцільно на анш погляд розглянути сильні та слабкі сторони підприємства та можливі загрози для його діяльності. Починаючи з 24 лютого 2022 року в Україні проходять військові дії, через це певний період було призупинено роботу деяких торгових мереж, а місцями й зупинено взагалі через втрату майна. Крім того, складнішим став процес ввезення товарів до України і це спричиняє низку нових перешкод.

Тому, ми вирішили провести на конкретному прикладі діяльності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» аналіз сильних та слабких сторін торговельної діяльності відповідно до вимог сьогодення за допомогою SWOT-аналізу (рис. 2.16).



Рис. 2.16. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

Торговельне підприємство ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» уже понад п'ятнадцять років працює на ринку побутової та електронної техніки України, про діяльність даної компанії відомо не лише серед вітчизняних, а й зарубіжних споживачів. Підприємство має тривалі та міцні зв'язки з постачальниками. Такми чином на основі SWOT-аналізу ми встановили, що найбільшою загрозою на

сьогоднішній день для підприємства становить військовий стан у країні. Через це підприємство втратило частину своїх магазинів та можливість поставки товарів. Проте найбільше постраждала логістична система ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».

Висновки до другого розділу

На сьогоднішній день Україна має чинну нормативно-правову базу за напрямом зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств.

Крім того за період січня 2022 року до початку військових дій на території України, Єгипет експортував до України товарів на 187260, 1 тис. дол. США, це майже на 200% більше порівняно з аналогічним періодом 2021 року, а от імпорт продукції був нижчий – на суму 12380, 3 тис. дол. США. До Іспанії було імпортовано товарів на 67218, 8 тис. дол. США., Італії – 144 731, 3 тис. дол. США, Нідерланди – 85056, 2 тис. дол. США, Румунія – 42983, 0 тис. дол. США, Саудівська Аравія – 14117, 7 тис. дол. США, Туреччина – 240896, 6, тис. дол. США., це є позитивним показником для України, адже вітчизняна продукція користується попитом серед споживачів на зовнішньому ринку. Для наглядного прикладу пропонуємо наглядно познайомитися з зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних торговельних підприємств.

На прикладі торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» ми зясували, що вітчизняні виробники постачають продукцію з таких країн як: Японія, Китай, Німеччина, США та Корея. Вітчизняні споживачі на товари привезені з закордону витрачають у середньому до 6 тисяч гривень.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Наслідки впливу військових дій на зовнішньоекономічну діяльність торговельного підприємства ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

Торговельна діяльність вітчизняних магазинів почалася з третього дня після вторгнення Російських військ на територію України. Обсяг продажів падав до 5%, а штат скоротили на 30%. Хоча було важко усвідомити саму схему дій та як правильно побудувати роботу, проте необхідність у швидкій допомозі та передачі техніки військовим та теробороні зробили свій вибір. Найголовніші питання серед клієнтів це де купити смартфон, павербанк чи зарядний пристрій.

У перші дні військового стану в країні ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» було відкрито перші 10 магазинів. На сьогоднішній день відкрилося та працює 67 магазинів із 97 магазинів, які працювали станом на 1 лютого 2022 року. Протягом останнього тижня вперше після вторгнення або вимушеної тривалої перерви відкрилися магазини в Ізмаїлі, Запоріжжі, Коростені, Коростишеві, Кривому Розі, Києві та області. Днями запрацював магазин у ТРЦ Respublika Park, за планами відкриття й в інших ТРЦ. Підприємство намагається також відкривати частину магазинів у Харкові, але, лише за безпечних умов для співробітників та клієнтів.

В наслідок агресії ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» вдалося зберегти переважну більшість магазинів. Закритими залишаються магазини у Донецькій, Луганській, Чернігівській та Херсонській областях, частково – у Запорізькій, Сумській, Харківській, Києві та області. Над частиною магазинів у цих регіонах було втрачено контроль, а частина – була розграбована або згоріла. Втрати є

і вони значні. Але повністю оцінити масштаб збитків ми зможемо лише після того, як отримаємо доступ до всіх активів та проведемо інвентаризацію. Нажаль, зрозумілого, прозорого механізму компенсації збитків наразі немає, тому сьогодні ми по суті лише фіксуємо збитки. Але у цьому пеклі ми мали кілька обнадійливих історій, коли здавалося повернути частину техніки після мародерів. У Мелітополі магазин пограбували, але місцеві жителі знімали це на відео, викладали у соцмережі, ділилися з нами. Мелітополь – невелике місто, місцеві одне одного знають. Команді магазину вдалося знайти та повернути частину техніки. Щось мешканці приносили самі. А одна жінка зателефонувала до контакт-центру та зізналася, що її чоловік вкрав три ноутбуки, вибачалася. Вони з сім'єю поїхали з міста, тому прийти та повернути техніку не змогли, але сплатили повну вартість техніки через контакт-центр. Торговельний центр в Ірпені, де працював магазин COMFY, знищено.

Контакти з постачальниками було налагоджено ще у перші тижні після вторгнення. І вже наприкінці березня багато українських та міжнародних компаній-постачальників побутової техніки та електроніки заявили про підготовку або повну готовність до відновлення постачання техніки. Одні мають у своєму розпорядженні склади на контрольованих територіях України та достатні запаси товарів і вже готові постачати техніку, інші перебудували ланцюжки поставок і готові постачати товар із суміжних країн ЄС на склади на заході України. Проте на сьогодні майже немає великої потреби в закупівлях. Так, було втрачено контроль над частиною активів, включаючи залишки товарів, але за більшістю товарних категорій ми все ще маємо достатні запаси для нормальної роботи. Виняток становлять такі товари, як павербанки, кабелі та інша дрібна електроніка, яку у воєнний час склався підвищений попит. Попит на такі товари був і залишається настільки високим, що в магазинах, які ми відкривали вперше після вторгнення, він викупувався за годину-півтора після відкриття магазину. Також значну частину подібних товарів компанія продовжує передавати на потреби ЗСУ, тероборони, волонтерів для того, щоб наші бійці залишалися на зв'язку.

Зараз компанія зайнялася пошуком джерел постачання таких дефіцитних товарів, як павербанки, кабелі та дрони, у тому числі в сусідніх країнах, і сподіваємось досить оперативно організувати поставки в Україну. Минулого тижня купили вже другу партію із 2000 павербанків. Частина вже надійшла у продаж, частину ми передали військовим та волонтерам.

Як і багато інших компаній, ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» мали складнощі з пошуком вільних складських приміщень у безпечніших регіонах України. Це було пов'язано з тим, що наш склад на Київщині тривалий час був недоступний через бойові дії навколо. До початку обстрілів ми намагалися вивезти хоча б частину техніки. Спочатку вивозили до магазинів у інших регіонах. Потім нам пощастило знайти приміщення у Львові та в середині березня відкрити там новий розподільчий центр. ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» доволі швидко відновили поповнення магазинів та клієнтську доставку з нового РЦ. Оцінка втрат у розподільчому центрі в Київській області та під час переміщення ще триває. Друга проблема – наявність вільних перевізників, які могли б забезпечувати логістику, та вартість їхніх послуг. Під логістикою зараз розуміється не лише поповнення магазинів із РЦ та клієнтська доставка, але й вивезення товару з регіонів, де ведуться активні бойові дії, де магазини недоступні чи закриті. Важлива частина цієї проблеми – персонал. Адже більша частина співробітників складу та водіїв або служить у ЗСУ та ТРО, або займається волонтерством та возить гуманітарку, або перебралася до інших регіонів.

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» знайшли логістичний ресурс для поповнення магазинів та клієнтської доставки, а от питання вивезення товарів із червоних зон ще у процесі вирішення.



Рис. 3.1. Фото з відкриття одного з 10 магазинів 26 лютого

Тепер Comfy щодня відкриває понад 60 магазинів. Їм вдалося відновити клієнтську доставку у 24 містах України. Завдання-максимум на перспективу – відновити доставку у всіх регіонах присутності Comfy, де вони можуть забезпечити безпеку всіх процесів для співробітників та клієнтів.

Наступний крок – поновлення співпраці з поштовими операторами. Ми перебудували процес взаємодії з Нова пошта та відновили доставку замовлень через мережу оператора. На черзі – Укрпошта.

Співробітники завжди були й будуть для Comfy найціннішим активом та першим пріоритетом. Тому вже з перших днів, коли з’явилися тривожні новини про визнання так званих “ДНР” та “ЛНР”, ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» розпочали підтримку співробітників – інформаційну, фізичну, логістичну. Також запустили Telegram-канал з корисною інформацією для тих співробітників, які вирішили переїхати до більш безпечного регіону України або за кордон. У даному каналі міститься корисна інформація щодо завантаженості доріг, КПП на кордоні, про особливості перебування, реєстрації, пошуку житла за кордоном. Також згодом на базі можливостей холдингу ми організували для співробітників можливість тимчасового поселення у квартирах та готелях у

Польщі. – А як щодо роботи співробітників у магазинах? – Якщо говорити про роботу магазинів, то сьогодні ми працюємо лише там, де можемо забезпечити безпеку не лише співробітників, а й клієнтів. Тому працюємо з урахуванням вимог воєнного часу: графік роботи магазинів визначається відповідно до комендантської години, запровадили механізм дій на випадок повітряної тривоги. Так, у разі повітряної тривоги співробітники закривають магазин та пропонують клієнтам пройти до найближчого укриття. Офіс з першого дня вторгнення працює у віддаленому форматі.

Доставка також працює з урахуванням обмежень воєнного часу. Керівники всіх рівнів на постійному зв'язку з командами. На особливому щоденному контролі є питання про співробітників, з якими ми втратили зв'язок. У березні кількість хлопців та дівчат із Маріуполя та Київської області, які не виходили на зв'язок, сягала 60 осіб. Але на щастя всі колеги з Києва та області на зв'язку та більшість наших вже вибралися з Маріуполя. Сьогодні у нас немає зв'язку з 9 співробітниками. Дуже сподіваємося, що з ними все добре. Понад 150 співробітників компанії служать у ЗСУ та ТРО. Comfy продовжує підтримку військових та волонтерів

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» хотіли б зберегти всю команду компанії, але у сьогоднішніх реаліях це на жаль неможливо. Частина наших магазинів у зоні бойових дій, ще кілька магазинів безповоротно зруйновано, тому ми були змушені тимчасово розлучитися з частиною співробітників. Але ми віримо в перемогу України, віримо, що відновлення буде досить швидким, і ми зможемо повернути всіх співробітників. Ми неодноразово робили це після криз

Інтернет-магазин Comfy.ua та мобільний додаток не припиняли роботу. Спочатку вони працювали тільки на самовивіз товарів з асортименту магазину, а цього тижня ми відновили доставку замовлень через відділення та поштомати Нова пошта. Найближчим часом підключимо доставку замовлень через Укрпошта. Також вже працює доставка Glovo у Києві, Львові, Одесі та Дніпрі. Контакт-центр також працює у звичному режимі. ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» КЦ завжди був готовий говорити на будь-яку тему – від можливості повернути товар до моральної підтримки людини у складній ситуації. Клієнти знають про

це, тому іноді просто дзвонили аби поспілкуватися у мить, коли їм було страшно. Два тижні тому, коли ми стали відновлювати нормальну роботу там, де це можливо – повернули поповнення магазинів зі складу та доставку товарів – контакт-центр був завантажений підтвердженням та організацією доставки замовлень, які були зроблені ще до вторгнення. Сьогодні у контакт-центрі практично звичайна робота з клієнтськими замовленнями, кількість яких постійно зростає.

Складнощі в питаннях оренди, звичайно, є, як і у будь якій кризовий період. На жаль, не всі орендодавці готові йти на зустріч у переговорах, деякі, не дивлячись на складні поточні умови, хочуть й надалі отримувати оренду та ОРЕХ у повному обсязі. Ведемо переговори з кожним з орендодавців окремо, враховуючи масу факторів.

Команда Comfy підтримує військових з 2014 року, з перших тижнів та місяців російської агресії в Україні. З першого дня вторгнення у лютому цього року ми суттєво посилили підтримку військових, волонтерів та постраждалих осіб.

1 напрям

- вже у перший день вторгнення ми перерахували на спецрахунок НБУ 30 млн грн, а за тиждень – ще 30 млн грн. Загальний обсяг перерахувань склав 60 млн грн.

2 напрям

- з першого дня ми організували безкоштовну централізовану передачу техніки на запити військових та волонтерів. На третій день після вторгнення 26 лютого ми відчинили перші 10 магазинів, аби спростити видачу техніки.

Рис. 3.2. Напрямки допомоги ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» для ЗСУ

Для ЗСУ та осередків тероборони передавалися переважно смартфони, планшети, ноутбуки та принтери, а лікарням, дитячим будинкам та волонтерам

– побутова техніка, зокрема чайники, мультиварки, пральні та сушильні машини, обігрівачі. Наразі військовим та волонтерам централізовано передано техніки на понад 16 млн грн. Також чимало техніки було передано та ще передаємо по точкових запросах та зверненнях в усіх регіонах України або продаємо з суттєвими знижками волонтерам. Важливою частиною підтримки військових стала організована та самостійна волонтерська діяльність співробітників. Так, співробітники у різних регіонах організували групи підтримки переселенців та постраждалих, допомагаючи з транспортом, розселенням, пошуком ліків, медичною підтримкою. Контакт-центр з власної ініціативи підключився до гарячої лінії «Повернися живим з України» для родичів російських та білоруських військових. У центральному офісі компанії працювала кухня, де готувалися обіди для пацієнтів дніпровських лікарень та переселенців [122].

2022 рік виявився дуже складним для ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» проте перспективи є.

3.2. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»

Найважливішою умовою становлення ринкових відносин в Україні є її інтеграція у світовий економічний простір та участь у різних видах міжнародного підприємництва, за допомогою якого країни здійснюють міжнародне економічне співробітництво. Складовою такого співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання різних країн, тобто підприємств, які є центральною складовою економіки будь-якої держави. Успішне здійснення зовнішньоекономічної діяльності зміцнює інтеграцію країни в міжнародний ринок, що в свою чергу призводить до підвищення рівня життя та розвитку суспільства та розширення сфери впливу економіки в цілому.

Це зумовлює необхідність глибокого дослідження сутності зовнішньоекономічної діяльності, яка базується на взаємовідносинах суб'єктів господарювання України та зарубіжних держав і здійснюється як на території нашої країни, так і за кордоном.

Складовою вважається зовнішньоекономічна діяльність підприємства, яка здійснюється шляхом здійснення зовнішньоекономічних зв'язків сфера господарської діяльності, яка може позитивно впливати на ефективність виробництва, його технічний рівень, якість продукції. В основному зовнішньоекономічна діяльність розглядається як:

- об'єкт цілеспрямованого організаційно-економічного впливу держави з метою стимулювання підприємницької діяльності та встановлення стійких саморегульованих ринкових відносин і механізмів;
- процес прогресивних перетворень у структурі суспільного відтворення;
- джерела передових технологічних та організаційних ідей у сфері управління соціально-виробничими системами.

Узагальнення підходів дозволяє зробити висновок, що зовнішньоекономічна діяльність здійснюється переважно на рівні підприємства. Таким чином, можна визначити зовнішньоекономічну діяльність підприємства як процес, який веде підприємство на зовнішній ринок через здійснення зовнішньоекономічних зв'язків, тобто торгівлю, кооперацію, послуги, спільну діяльність, участь в інтеграції та глобалізації. процесів організацій та інших для досягнення ефективного використання переваг міжнародного поділу праці.

Серед вітчизняних підприємств здійснення зовнішньоекономічної діяльності зумовлено розв'язанням загальнонаціональних проблем, а саме: в Україні не до кінця визначені основні напрями та механізм структурної перебудови економіки з урахуванням особливостей світової економічної системи та реальних напрямів інтеграції України в це; дорогі питання безпеки у сфері зовнішньоекономічних зв'язків, які необхідно вирішувати з позиції активної конкуренції на світовому ринку [5, с. 39]; недостатня стабільність існуючої фінансово-банківської системи; створення оптимальних умов для

конкуренції між вітчизняними та іноземними виробниками; збільшення національного виробництва. Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність підприємства є складною системою, яка підлягає аналізу з урахуванням таких форм зовнішньоекономічних зв'язків, як торговельні, фінансові, виробничі, інвестиційні послуги, які характеризують зовнішньоекономічну діяльність за допомогою відповідних показники.

Зовнішньоекономічна діяльність вимагає чіткого планування на підприємствах. Для цього необхідно мати чітке уявлення про мету її реалізації та засоби, якими для цього володіє підприємство. Тому доцільно навести принципи планування зовнішньоекономічної діяльності (рис. 3.2.)

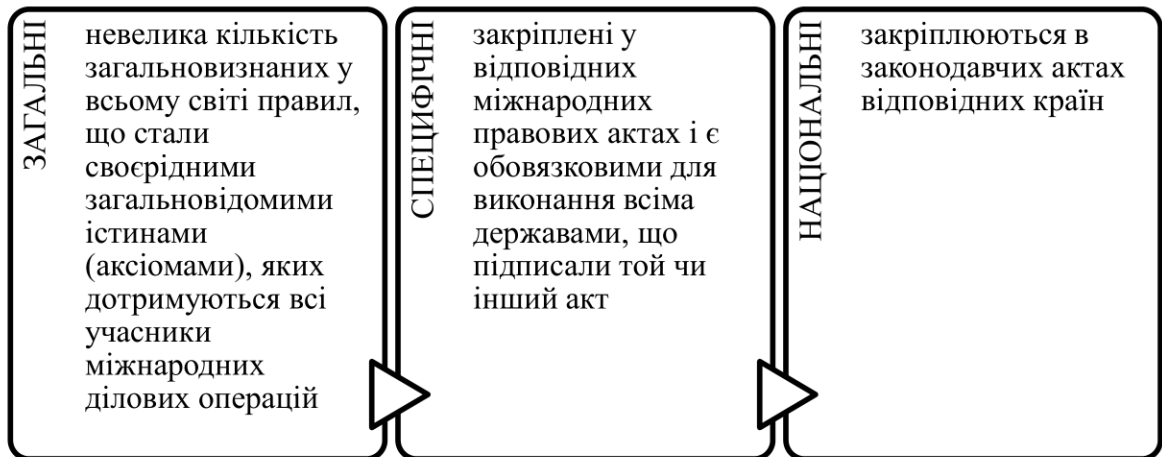


Рис. 3.3. Принципи планування зовнішньоекономічної діяльності

Використання цих принципів зовнішньоекономічної діяльності дає можливість формувати цілі та завдання, сприяє контролю за виконанням планів та скороченню тривалості та вартості зовнішньоекономічної діяльності. Аналіз у зовнішньоекономічних відносинах спрямований на вивчення результатів виробничої, комерційної та фінансової діяльності (і фінансового становища) підприємств. Аналіз господарської діяльності підприємств, об'єднань, фірм здійснюється за допомогою різних прийомів: логічного (деталізація, порівняння, відсівання, узагальнення); статистичні (зведення, групування

цифрових матеріалів, середні значення, індекси та часові ряди); математичні (математичне моделювання, математичний аналіз); інтеграл (матем. статистики та теорії ймовірностей, економічної кібернетики), евристики тощо [11].

Основними завданнями аналізу зовнішньоекономічної діяльності є:

1) Оцінка рівня та якості виконання підприємством зобов'язань за контрактами з іноземними партнерами;

2) Характеристика динаміки (розвитку) зовнішньоекономічної діяльності підприємства (як правило, за поточний і попередні роки);

3) Оцінка раціонального використання коштів, залучених на виконання зобов'язань за договорами – це центральне, найскладніше завдання аналізу. Виконання зазначеного завдання передбачає послідовне або паралельне вивчення обороту оборотних коштів підприємства (загалом у сфері зовнішньоекономічної діяльності), дослідження накладних витрат на експорт та імпорт товарів, вивчення ефективності зовнішньоекономічних операцій;

4) узагальнення попередніх результатів аналізу за допомогою показника рентабельності оборотних коштів, що дасть відповідь на питання: наскільки раціонально, тобто економно, використовувалися оборотні кошти в процесі зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

5) Оцінка фінансових результатів зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

6) Характеристика фінансового стану, платоспроможності та прибутковості підприємства [7].

Для ефективного ведення зовнішньої торгівлі необхідно запровадити певні організаційно-економічні механізми для зменшення тієї нестабільності, яка сьогодні є характерною для України. Для розкриття організаційно-економічного аспекту дослідження використовуються різноманітні форми, методи та засоби регулювання процесів на підприємстві, використання яких безпосередньо впливає на організаційно-економічну складову управління. Характеризуючи економічну складову, слід акцентувати увагу на такому понятті, як економічний потенціал, який має суттєве значення для успішної організації зовнішньоекономічної діяльності. Під організаційною частиною, у

свою чергу, розуміють організаційний механізм, який проявляється і впливає як на зовнішнє, так і на внутрішнє середовище. Зовнішнє представлене в доступі до інформації, даних, полегшує вибір партнерів і створює конкурентне середовище. Внутрішні являють собою набір техноло-ресурсів, розрахунків, системи розподілу, менеджменту та маркетингу, а також формування експортного потенціалу підприємства [14].

Під поняттям економічного потенціалу розуміють сукупність існуючих і тих, що можуть бути мобілізовані, основних джерел, коштів країни, елементів потенціалу цілісної економічної системи, які використовуються і можуть бути використані для економічного зростання і соціально- економічний прогрес [10]. Для розкриття сутності економічного потенціалу зовнішньоекономічної діяльності необхідно зосередити увагу на експортно-імпортних можливостях, а також міжнародній кооперації українських підприємств. Проблеми реалізації експортного потенціалу виникають на різних етапах економічного розвитку багатьох країн світу. Особливо це стосувалося країн з трансформаційною економікою, де реалізація власної зовнішньоекономічної політики стала найважливішою умовою економічного та політичного самовизначення держави та її участі у світовій економічній системі та правах. до рівноправних партнерських відносин. Окрім зазначеного, розвиток експортного потенціалу України пов'язаний з особливостями перехідного періоду, коли під час тривалої економічної активності та скорочення попиту на внутрішньому експортному ринку унеможлиблюється перехід подій у кризу.

Динаміка зовнішньої торгівлі товарами України у 2000-2019 рр. засвідчила: по-перше, наявність від'ємного сальдо, яке протягом останніх років має тенденцію до зростання (-10723,4 млн. дол. США у 2019 р.); по-друге, обсяг експорту у 2019 році хоч і зріс на 105,8% порівняно з 2018 роком, але не досягає навіть рівня 2010 року (51405,2 млн. дол. США). З 2016 року по теперішній час спостерігається зростання товарообігу, але при цьому торговельний баланс має тенденцію до зростання, що є негативним фактором для економіки в цілому, оскільки сальдо зростає за рахунок випереджаючого зростання імпорту над експортом. Порівнюючи обсяги експорту та імпорту,

очевидно, що протягом усього періоду дослідження спостерігався дефіцит зовнішньої торгівлі національною продукцією, що свідчить про неефективне управління експортним потенціалом зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств. Частково це пов'язано з неефективністю зовнішньої політики України. Аналізуючи дані таблиці 1, можна стверджувати, що за останні роки спостерігається зростання імпорту в таких галузях, як мінеральні продукти, хімічна, деревообробна, текстильна промисловість, металургія.

Співвідношення експорту та імпорту є однією з макроекономічних пропорцій, яка характеризує стан і розвиток економіки, а також зміни зовнішньоекономічної діяльності. Розгляд його поза сукупністю інших макроекономічних показників і співвідношень не дозволяє зробити повні висновки. Аналізуючи показники зовнішньої торгівлі, необхідно звернути увагу на галузеву та галузеву структури економіки досліджуваних країн, що впливає на динаміку та специфіку їх розвитку. Крім того, дуже важливим аспектом при розгляді співвідношення експорту та імпорту є здатність покрити існуючий дефіцит. Участь в експортно-імпортних операціях окремих країн для будь-якого вітчизняного підприємства є доцільною та економічно обґрунтованою. Чим більше іноземних партнерів, тим менший ризик згорання зовнішньоекономічної діяльності з політичних мотивів чи через поганий менеджмент зовнішньоекономічної діяльності.

Якщо частка в загальному обсязі експорту підприємства окремої країни зростає, то це свідчить про зміцнення зовнішньоекономічних зв'язків, їх стабілізацію та гарантію участі підприємства на міжнародному ринку. У 2019 році Україна здійснювала зовнішньоторговельні операції з товарами з партнерами з 232 країн світу: експорт як товарів, так і послуг до 192 країн, тільки експорт товарів до 9 країн, тільки експорт послуг до 31 країни. Кількість підприємств зовнішньої торгівлі товарами в експорті становила 16,5 тис. одиниць, в імпорті – 27,1 тис. одиниць. З 2016 року частка імпорту товарів у загальному обсязі експортно-імпортних операцій переважає над обсягом експорту. Найбільша частка експорту в загальному обсязі спостерігається у

2015 році – 50,40%. Найбільша частка імпорту спостерігалась у 2019 р. – 54,84% від загального обсягу.

Основні торговельні партнери України в експорті товарів у 2019 році. Частка цих 15 торговельних партнерів, яким у 2019 році постачалося найбільше українських товарів та послуг, у структурі експорту товарів та послуг у 2018 році становила 82,7%. Частка ТОП-15 країн у загальному експорті з України у 2019 році становить 84,3%. Країни ЄС є найбільшими торговими контрагентами України. Частка цих країн у зовнішньоторговельному обігу товарів і послуг України на кінець 2018 року склала 37,7%. У загальному обсязі імпорту товарів в Україну з березня 2016 року найбільшу питому вагу займає імпорт інвестиційної продукції (за винятком січня-лютого 2017 року, коли імпорт мінеральних продуктів). Збільшується сезонно, а саме енергія в опалювальний сезон. У свою чергу, зростання імпорту інвестиційних товарів закладає основу економічного розвитку в майбутньому. У структурі товарообігу імпорتنі операції в Україні представлені переважно споживчими товарами, які становлять понад третину. Серед інших статей імпорту основними є машини та обладнання (20%), мінеральні продукти та продукція хімічної та суміжних галузей промисловості (38,4%). Частка країн Європейського Союзу в структурі імпорту товарів поступово зростає. Серед товарів, які Україна імпортує з Європи, переважають продукція машинобудування, обладнання, паливо, хімічна та фармацевтична продукція.

Аналіз наведених даних показав, що за останній рік майже по всіх видах сільськогосподарської продукції спостерігається зниження обсягів експорту з морських портів, крім кукурудзи. При цьому існує певна невідповідність між грошовою оцінкою експорту та реальними обсягами, як зазначалося раніше, у 2018 році відбулося зростання експортних цін, що згодом призвело до такого диференціація в показниках.

Розвиток зовнішнього ринку сільськогосподарської продукції України обмежується такими причинами: недостатньо розвиненою системою продовольчої дистрибуції, недосконалим маркетингом зовнішньоекономічної діяльності підприємств, відсутністю адекватної сучасним умовам

господарювання інфраструктури товарної торгівлі. Тобто ці причини не дозволяють суб'єктам агробізнесу бути достатньо конкурентоспроможними на міжнародному ринку. Іншим недоліком, який виникає на міжнародному ринку, є те, що більшість розвинених країн встановлюють квоти та обмеження на виробництво та імпорт сільськогосподарської продукції. Для реалізації сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки на зовнішніх ринках необхідно провести маркетингове дослідження ситуації на тому чи іншому ринку, знайти оптимальний варіант їх зовнішньоекономічної діяльності.

Продукція вітчизняних виробників дорожча за іноземну або менш якісна, а тому неконкурентоспроможна. Зовнішньоекономічна діяльність в агробізнесі має бути спрямована не на імпорт будь-якої продукції, а на створення національних виробництв шляхом спільного інвестування в Україну з виробництвом конкурентоспроможної продукції, що відповідає міжнародним вимогам якості та може експортуватися. Тому формування насамперед внутрішнього конкурентного середовища аграрного бізнесу є необхідним заходом у підготовці національних суб'єктів господарювання до виходу на міжнародний ринок і задоволення його вимог.

На сьогодні процес становлення зовнішньоекономічної діяльності в Україні не завершено, відбувається її перебудова на ринкових засадах, тому багато підходів до організації управління зовнішньоекономічною діяльністю, вироблених під час переходу до ринкових відносин, потребують адаптації до змін у нашій економіці. Вихід на зовнішні ринки – це не лише запорука стабільної роботи підприємства та розширення ринків збуту, а й забезпечення достатнього рівня ефективності господарювання, що досягається лише за наявності належного рівня відкритої системи зовнішньоекономічної діяльності. В останні роки вітчизняні підприємства в основному використовують два способи організації зовнішньої торгівлі:

1. Вихід на зовнішні ринки здійснюється через власні ЗЕД або відділ зовнішньоекономічної діяльності.

2. Вихід на зовнішні ринки через посередників [111].

Створення власних зовнішньоекономічних відділів на підприємстві може бути ефективно виправданим, якщо: частка експорту є значною в загальному товарообігу; ЗЕД регулярні; виробництво продукції з високим рівнем конкурентоспроможності або, можливо, виробництво унікальної за своїми властивостями продукції; низька конкуренція на відповідному сегменті світового ринку; продукція не потребує змін на іноземні умови використання; підприємство має необхідну кількість спеціалістів із зовнішньоекономічної діяльності.

В іншому випадку доцільно використовувати посередників: національних, іноземних або міжнародних. Що може сприяти підвищенню ефективності зовнішньоторговельних операцій за рахунок: кращого знання ринку, наявності постійних клієнтів; скорочення витрат на транспортування продукції та її зберігання, в тому числі витрати на операції зі значними обсягами, що належать різним виробникам; скорочення термінів поставки та оформлення документів; надання послуг передпродажного та післяпродажного обслуговування; виробники надають оперативну та детальну інформацію про зміни конкурентоспроможності продукції та ринкової ситуації в цілому, інформацію про реальних та потенційних конкурентів. Сьогодні багато українських компаній активно займаються зовнішньою торгівлею. Проте ефективність зовнішньоекономічної діяльності наших національних підприємств залишається низькою [2].

Особливістю сучасного розвитку економічних відносин є домінування процесу міжнародної економічної інтеграції. Наслідком інтеграційних процесів є посилення взаємозалежності між країнами, поява великих економічних просторів, прискорення науково-технічного прогресу. Усі ці фактори сприяють виникненню складової невизначеності. Тому бізнес потребує постійної адаптації до мінливих економічних умов та стратегічного планування як шляху до ефективних компаній у майбутньому.

Стратегічне планування є основою ефективною зовнішньої торгівлі, оскільки компанія може перевірити оптимальність основних параметрів

планування діяльності на світовому ринку, що має суттєвий вплив на її діяльність.

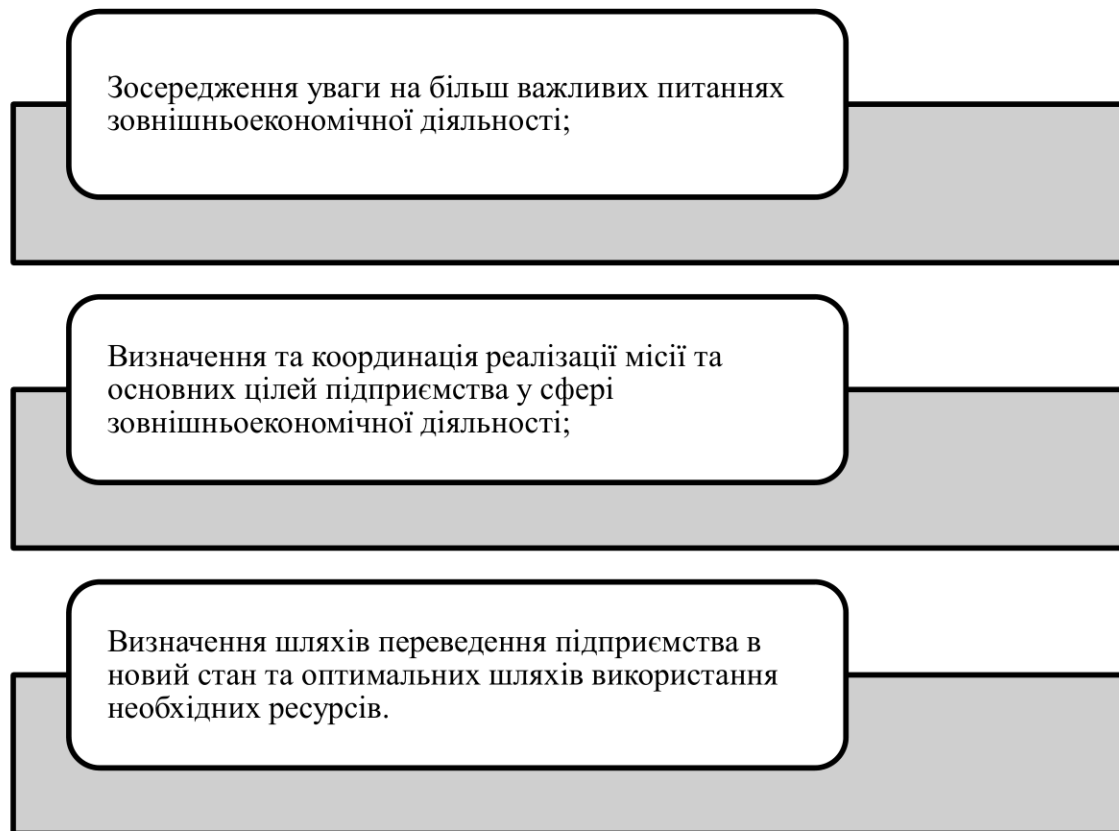


Рис. 3.3. Розробка міжнародної стратегії

При формуванні стратегії міжнародної економічної діяльності слід враховувати внутрішні та зовнішні фактори, які, у свою чергу, формують потенціал підприємств і лежать в основі стратегії. Серед внутрішніх факторів визначено:

- організаційне управління, інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності,
- експортне планування виробництва,
- облік та аналіз експортних поставок, управління персоналом.

До зовнішніх факторів формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності належать:

- економічні (інфляція та рівень цін, зростання попиту та спад виробництва, оподаткування, коливання курсу національної та іноземних валют, кредитоспроможність контрагентів тощо);
- політико-правовий;
- науково-технічні (рівень розвитку науки і техніки в країні, рівень впровадження науково-технічних досягнень у виробництво, наявність нових технологій тощо);
- демографічні (чисельність населення, вік, стать, сімейний стан тощо); соціокультурні (відмінності у ставленні людей до себе та оточуючих, ставлення до державних установ, природи, основних культурних цінностей, відмінності в потребах тощо);
- природні (особливо кліматичні умови, потенціал надзвичайних ситуацій природного характеру тощо).

Сукупність усіх цих факторів формує зовнішньоекономічний потенціал підприємства.

Європейська інтеграція є стратегічним завданням України. Україна має значний потенціал для розвитку експорту послуг як одного з перспективних напрямів євроінтеграційних намірів. Однією з переваг стратегічного потенціалу є історичний досвід взаємовідносин та співпраці зі спільними кордонами. Україна йде динамічним шляхом інтеграційних змін. Завдяки вигідному геополітичному положенню та географічному розташуванню Україна є цінним стратегічним партнером як для своїх західних країн, так і для східних сусідів. Перебуваючи в центрі Європи, Україна має низку стратегічних переваг, серед яких: розвинений транзитний потенціал, а отже підвищення рівня міжнародних торговельних контактів і конкурентоспроможності вітчизняної економіки на світовому ринку; міграція товарних, фінансових, інвестиційних та інших ринків. Це визначає важливість та специфіку зовнішньоекономічної діяльності, яка є ключовим чинником євроінтеграційних процесів, створює підґрунтя для розвитку соціально-економічної складової держави та окремих підприємств.

Передумовами євроінтеграції (щодо проблем вітчизняних підприємств) є: застаріле технічне обладнання та обладнання; неефективні методи управління

підприємством; невідповідність міжнародним та європейським стандартам; невпевненість підприємців щодо модернізації підприємств; відсутність стимулів та ефективних інструментів для підвищення якості продукції. Переваги, які Україна отримує від зони вільної торгівлі та інтеграції з ЄС, включають:

- вихід на єдиний зовнішній ринок ЄС;
- постійне зростання експорту товарів і послуг, набуття статусу основного торговельного партнера для багатьох галузей промисловості ЄС, одного з лідерів у постачанні продуктів харчування до ЄС;
- спостерігається тенденція до зростання європейського експорту, що свідчить про залежність експорту від процесів глобальної інтеграції;
- додаткові торговельні преференції з боку ЄС для України (безмитні експортні квоти);
- стабільність політичної системи, гармонізація національного законодавства із законодавством ЄС, реорганізація неефективного судового законодавства;
- розвиток середнього та малого бізнесу;
- підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, впровадження на вітчизняних підприємствах стандартів ЄС;
- отримання підприємствами під час участі на світовому ринку знань і досвіду, які сприяють підвищенню ефективності їх діяльності, що призводить до зменшення залежності від кон'юнктури внутрішнього ринку [51].

Існують різні методи, за допомогою яких можна визначити пріоритетність стратегічних цілей підприємства в сучасних умовах. Різновиди методу сценаріїв у встановленні пріоритету стратегічних цілей підприємства в напрямку розвитку ринків СОТ.

Можна виділити та згрупувати фактори, що негативно впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Розглянемо три рівні факторів: зовнішні (фактори макросередовища), прямі (фактори впливу на середовище зовнішньоекономічної діяльності підприємств); внутрішні (чинники мікросередовища).

Основними чинниками зовнішнього (макро) середовища, що впливають на покращення зовнішньоекономічної діяльності підприємств, є фактори глобального середовища фінансово-економічні та політичні. Формування економічної взаємодії та її середовища на міжнародному рівні визначається сукупним впливом різноманітних факторів [36].

Основними факторами, що негативно впливають на безпосереднє оточення зовнішньоекономічної діяльності підприємств, є законодавчі, нормативні, геополітичні, фінансово-економічні. Незважаючи на використання багатьох уніфікованих міжнародних норм, законодавча та нормативна база України у сфері зовнішньоекономічної діяльності потребує вдосконалення. Особливо це стосується не лише збору документів, а й реєстрації суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Істотним недоліком можна вважати недосконалість зовнішньоекономічної політики. Слід вказати на необґрунтовані та прозоро сформульовані адміністративні заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Геополітичний фактор виступає як можливість економічно подолати географічні межі ринків, як географічний бар'єр для виходу на зовнішні ринки, складність переміщення товарів, значні додаткові витрати на перетин кордонів.

Існують також проблеми нераціональної структури експорту вітчизняних підприємств за географічною ознакою та не зовсім вдалої моделі міжнародної спеціалізації України. Частка експорту України визначається потребами міжнародного ринку та спеціалізацією її економіки, зумовленою галузевою та товарною структурою економіки країни.

Негативним фактором є ефект імпортозаміщення, що свідчить про незахищеність та недосконалість внутрішніх ринків України. Це свідчить про неправильну зовнішньоекономічну політику держави. Науково-технологічне відставання українських підприємств від розвинених країн, недостатня ресурсна забезпеченість, низький рівень якості товарів, що поставляються, призводять до негативної структури експорту.

Існують досить значні недоліки щодо інфраструктурного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності: митні служби, митні процедури, фінансові

розрахунки, транспортно-комунікаційні проблеми, послуги з надання інформації та інші ділові послуги тощо.

Внутрішніми факторами можна вважати фінансові, управлінські, техніко-технологічні. Обладнання та технології, що не відповідають сучасному рівню розвитку, негативно впливають на вартість, якісні показники та продукцію і, як наслідок, невідповідність світовим стандартам, перешкоджають конкуренції з іноземними аналогами. Через фінансову нестабільність підприємства не можуть оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, оновлювати обладнання, технології, покращувати асортимент продукції.

Одна з проблем зовнішньоекономічної діяльності підприємств є проблема неефективної системи управління, відсутність стратегічних і маркетингових підходів до управління підприємством. Частіше використовують техніку короткочасної адаптації.

Отже, ці проблеми дають змогу систематизувати та визначити шляхи їх подолання для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Актуальним є перегляд зовнішньоекономічної політики держави щодо підтримки вітчизняного товаровиробника, нарощування експортного потенціалу, оптимізації географічної та товарної структур експорту та імпорту. Необхідно збільшити в експорті частку готової продукції, а в імпорті – зменшити частку палива, екологічно шкідливої продукції.

До основних проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції та світової глобалізації належать: застаріле технічне оснащення та обладнання; неефективні методи управління підприємством; невідповідність міжнародним та європейським стандартам; невпевненість підприємців щодо модернізації підприємств; відсутність стимулів і дієвих інструментів підвищення якості продукції. Актуальним викликом сучасності для розвитку зовнішньоекономічної діяльності для України, як і для всіх без винятку країн світу, є призупинення зовнішньоекономічної діяльності та закриття кордонів внаслідок поширення пандемії COVID-19 та військового стану в Україні. У сучасних умовах важко визначити перспективи та робити прогнози на майбутнє щодо

зовнішньоекономічної діяльності України, оскільки вона також ускладнена фінансово-економічними, геополітичними, законодавчими, регуляторними, технічними та технологічними чинниками. Подолання існуючих проблем у зовнішньоекономічній сфері має забезпечуватися шляхом створення сприятливих умов для реалізації національних інтересів у сфері зовнішньої торгівлі.

Основним засобом підвищення потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємств є формування таких економічних умов, які б дозволяли шляхом модернізації виробництва збільшувати випуск вітчизняної продукції та послуг, впроваджувати інноваційні технології, спец. систему кредитування товаровиробників, підвищити рівень автоматизації виробництва, залучити на підприємство висококваліфікованих спеціалістів. Щоб Україна вийшла на сучасний рівень виробничо-технологічної бази, необхідно запровадити механізми стимулювання інноваційної діяльності. Назріла нагальна потреба в оновленні технологічних процесів на українських підприємствах з метою поступового перетворення української економіки на більш інноваційну та наукоємну.

Тому для покращення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств необхідна реалізація політики, спрямованої на збільшення обсягів експорту товарів шляхом впровадження інноваційних розробок для підвищення якості вітчизняної продукції, яка має відповідати міжнародним нормам та стандартів, необхідних для створення достатнього рівня конкурентоспроможності на внутрішніх ринках. Також метою має бути зменшення обсягів імпортової продукції на внутрішньому ринку, принаймні тієї, що має вітчизняні аналоги.

Висновки до третього розділу

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» має стабільні налагоджені зв'язки з постачальниками у будь-яких форс-мажорних обставинах. На початку військового стану в Україні контакти компанії з постачальниками було

налагоджено ще у перші тижні після вторгнення. І вже наприкінці березня багато українських та міжнародних компаній-постачальників побутової техніки та електроніки заявили про підготовку або повну готовність до відновлення постачання техніки. Одні мають у своєму розпорядженні склади на контрольованих територіях України та достатні запаси товарів і вже готові постачати техніку, інші перебудували ланцюжки поставок і готові постачати товар із суміжних країн ЄС на склади на заході України. Проте на сьогодні майже немає великої потреби в закупівлях. Так, було втрачено контроль над частиною активів, включаючи залишки товарів, але за більшістю товарних категорій ми все ще маємо достатні запаси для нормальної роботи. Виняток становлять такі товари, як павербанки, кабелі та інша дрібна електроніка, яку у воєнний час склався підвищений попит. Попит на такі товари був і залишається настільки високим, що в магазинах, які ми відкривали вперше після вторгнення, він викупувався за годину-півтора після відкриття магазину. Також значну частину подібних товарів компанія продовжує передавати на потреби ЗСУ, тероборони, волонтерів для того, щоб наші бійці залишалися на зв'язку.

Зараз компанія зайнялася пошуком джерел постачання таких дефіцитних товарів, як павербанки, кабелі та дрони, у тому числі в сусідніх країнах, і сподіваємось досить оперативно організувати поставки в Україну. Минулого тижня купили вже другу партію із 2000 павербанків. Частина вже надійшла у продаж, частину ми передали військовим та волонтерам.

Як і багато інших компаній, ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» мали складнощі з пошуком вільних складських приміщень у безпечніших регіонах України. Це було пов'язано з тим, що наш склад на Київщині тривалий час був недоступний через бойові дії навколо. До початку обстрілів ми намагалися вивезти хоча б частину техніки. Спочатку вивозили до магазинів у інших регіонах. Потім нам пощастило знайти приміщення у Львові та в середині березня відкрити там новий розподільчий центр. ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» доволі швидко відновили поповнення магазинів та клієнтську доставку з нового РЦ. Оцінка втрат у розподільчому центрі в Київській області та під час переміщення ще триває. Друга проблема – наявність вільних перевізників, які могли б забезпечувати

логістику, та вартість їхніх послуг. Під логістикою зараз розуміється не лише поповнення магазинів із РЦ та клієнтська доставка, але й вивезення товару з регіонів, де ведуться активні бойові дії, де магазини недоступні чи закриті. Важлива частина цієї проблеми – персонал. Адаже більша частина співробітників складу та водіїв або служить у ЗСУ та ТРО, або займається волонтерством та возить гуманітарку, або перебралася до інших регіонів.

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» знайшли логістичний ресурс для поповнення магазинів та клієнтської доставки, а от питання вивезення товарів із червоних зон ще у процесі вирішення.

У сучасних умовах важко визначати перспективи та робити прогнози на майбутнє щодо зовнішньоекономічної діяльності України, оскільки вона також ускладнена фінансово-економічними, геополітичними, законодавчими, регуляторними, технічними та технологічними чинниками. Подолання існуючих проблем у зовнішньоекономічній сфері має забезпечуватися шляхом створення сприятливих умов для реалізації національних інтересів у сфері зовнішньої торгівлі.

Основним засобом підвищення потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємств є формування таких економічних умов, які б дозволяли шляхом модернізації виробництва збільшувати випуск вітчизняної продукції та послуг, впроваджувати інноваційні технології, спец. систему кредитування товаровиробників, підвищити рівень автоматизації виробництва, залучити на підприємство висококваліфікованих спеціалістів. Щоб Україна вийшла на сучасний рівень виробничо-технологічної бази, необхідно запровадити механізми стимулювання інноваційної діяльності. Назріла нагальна потреба в оновленні технологічних процесів на українських підприємствах з метою поступового перетворення української економіки на більш інноваційну та наукоємну.

ВИСНОВКИ

У відповідності з цілями і завданнями, поставленими у введенні даного дослідження, були отримані наступні результати.

В даний час зовнішньоекономічну діяльність підприємства можна визначити як сферу господарської діяльності, що здійснюється на рівні виробничих структур, пов'язану з їх виходом на зовнішній ринок шляхом здійснення торгової діяльності, спільного підприємництва, надання послуг, різних форм надання та науково-технічного співробітництва, валютних і фінансово-кредитних операцій міжнародної виробничої та науково-технічної кооперації.

Оскільки зовнішня торгівля є одним із найбільш розповсюджених видів ЗЕД, саме її стан відіграє визначальну роль в оцінці зовнішньоекономічної діяльності підприємств-учасників ЗЕД, на яку значно впливають зміни, що проходять у світовій політиці в останній час, а саме – застосування механізму, який економічних санкцій. Під ними розуміють економічні та політичні заходи однієї держави, які вводяться у відповідь на неправомірні дії другого

Наявність нормативно-правової бази підприємств, яка містить норми, що регулюють ЗЕД, має важливе значення для функціонування вітчизняних компаній на зовнішньому ринку. Нормативно-правові акти, розглядувані для цілей даного дослідження, були проаналізовані у другому розділі.

Наступним етапом було вивчення зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств та стан ЗЕД України.

Використовуючи систему Державної митної служби «Показники зовнішньої торгівлі України», Бізнес-Центер проаналізував структуру імпорту та експорту України за минулий рік.

Після «ковідного» 2020 року світова економіка пішла вгору. В 2020 році зниження споживання призвело до зупинки виробництва і меншого споживання сировини.

Відтак, коли світова економіка почала відновлюватись, виробники commodities (біржових товарів) не встигали задовільнити попит. Ціни на сировину в світі почали рости.

Саме цим пояснюється ріст номінального внутрішнього валового продукту (ВВП) України в 2021 році більше ніж на 3%.

Це означає, що коли в 2022 році ціни на сировину припинять зростання і відкотяться назад, ріст ВВП ледве перевалить 1%. А це дуже мало для української економіки.

Також завдяки високим цінам на сировину обсяг експорту в 2021 році збільшився на 38% - до 68,2 млрд. дол. США.

Але через те що Україна залежить від імпорту енергоносіїв – нафтопродуктів, природного газу та вугілля – обсяг імпорту також значно виріс: на 36%, до 73,3 млрд. дол. США.

Серед вітчизняних торговельних підприємств існує не аби яка конкуренція, всі вони мають легкий доступ до закупки та ввезення продукції з закордону.

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» це підприємство, що включає в себе мережу магазинів побутової техніки та має стабільні налагоджені зв'язки з постачальниками у будь-яких форс-мажорних обставинах.

На початку військового стану в Україні контакти компанії з постачальниками було налагоджено ще у перші тижні після вторгнення. І вже наприкінці березня багато українських та міжнародних компаній-постачальників побутової техніки та електроніки заявили про підготовку або повну готовність до відновлення постачання техніки. Одні мають у своєму розпорядженні склади на контрольованих територіях України та достатні запаси товарів і вже готові постачати техніку, інші перебудували ланцюжки поставок і готові постачати товар із суміжних країн ЄС на склади на заході України. Проте на сьогодні майже немає великої потреби в закупівлях. Так, було втрачено контроль над частиною активів, включаючи залишки товарів, але за більшістю товарних категорій ми все ще маємо достатні запаси для нормальної роботи. Виняток становлять такі товари, як павербанки, кабелі та інша дрібна

електроніка, яку у воєнний час склався підвищений попит. Попит на такі товари був і залишається настільки високим, що в магазинах, які ми відкривали вперше після вторгнення, він викупувався за годину-півтора після відкриття магазину. Також значну частину подібних товарів компанія продовжує передавати на потреби ЗСУ, тероборони, волонтерів для того, щоб наші бійці залишалися на зв'язку.

Зараз компанія зайнялася пошуком джерел постачання таких дефіцитних товарів, як павербанки, кабелі та дрони, у тому числі в сусідніх країнах, і сподіваємось досить оперативно організувати поставки в Україну. Минулого тижня купили вже другу партію із 2000 павербанків. Частина вже надійшла у продаж, частину ми передали військовим та волонтерам.

Як і багато інших компаній, ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» мали складнощі з пошуком вільних складських приміщень у безпечніших регіонах України. Це було пов'язано з тим, що наш склад на Київщині тривалий час був недоступний через бойові дії навколо. До початку обстрілів ми намагалися вивезти хоча б частину техніки. Спочатку вивозили до магазинів у інших регіонах. Потім нам пощастило знайти приміщення у Львові та в середині березня відкрити там новий розподільчий центр. ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» доволі швидко відновили поповнення магазинів та клієнтську доставку з нового РЦ. Оцінка втрат у розподільчому центрі в Київській області та під час переміщення ще триває. Друга проблема – наявність вільних перевізників, які могли б забезпечувати логістику, та вартість їхніх послуг. Під логістикою зараз розуміється не лише поповнення магазинів із РЦ та клієнтська доставка, але й вивезення товару з регіонів, де ведуться активні бойові дії, де магазини недоступні чи закриті. Важлива частина цієї проблеми – персонал. Адже більша частина співробітників складу та водіїв або служить у ЗСУ та ТРО, або займається волонтерством та возить гуманітарку, або перебралася до інших регіонів.

ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД» знайшли логістичний ресурс для поповнення магазинів та клієнтської доставки, а от питання вивезення товарів із червоних зон ще у процесі вирішення.

У сучасних умовах важко визначати перспективи та робити прогнози на майбутнє щодо зовнішньоекономічної діяльності України, оскільки вона також ускладнена фінансово-економічними, геополітичними, законодавчими, регуляторними, технічними та технологічними чинниками. Подолання існуючих проблем у зовнішньоекономічній сфері має забезпечуватися шляхом створення сприятливих умов для реалізації національних інтересів у сфері зовнішньої торгівлі.

Основним засобом підвищення потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємств є формування таких економічних умов, які б дозволяли шляхом модернізації виробництва збільшувати випуск вітчизняної продукції та послуг, впроваджувати інноваційні технології, спец. систему кредитування товаровиробників, підвищити рівень автоматизації виробництва, залучити на підприємство висококваліфікованих спеціалістів. Щоб Україна вийшла на сучасний рівень виробничо-технологічної бази, необхідно запровадити механізми стимулювання інноваційної діяльності. Назріла нагальна потреба в оновленні технологічних процесів на українських підприємствах з метою поступового перетворення української економіки на більш інноваційну та наукоємну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959-XII // *Голос України*. – 1991.
2. Бондарчук О. Г. Загальна характеристика відповідальності суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній діяльності / О. Г. Бондарчук, О. І. Бондарчук // *Правова просвіта*. – 2016. – № 1. – С. 29–38.
3. Коростей В. И. Трансформация системы правового регулирования хозяйственной деятельности: проблемы, реализация, перспективы : монография / В. И. Коростей. – Донецк: ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2008. – 321 с.
4. Бабак О. Основні види відповідальності суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній діяльності / О. Бабак // *Господарське право*. – 2009. – № 10. – С. 144–148.
5. Господарський кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 р. № 436-IV // *Голос України*. – 2003. – № 49.
6. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05 квітня 2001 р. № 2341-III // *Голос України*. – 2001. – № 107.
7. Кодекс України про адміністративні правопорушення : Закон України від 07 грудня 1984 р. № 8073-X // *Відомості Верховної Ради УРСР*. – 1984. – № 51. – Ст. 1122.
8. Про валюту і валютні операції : Закон України від 21 червня 2018 р. № 2473-VIII // *Голос України*. – 2018. – № 121.
9. Податковий кодекс України : Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI // *Голос України*. – 2010. – № 229.
10. Минюк Д. І. Організаційно-правові аспекти протидії правопорушенням у сфері зовнішньоекономічної діяльності : дис канд. юрид. наук : 12.00.07 / Минюк Д. І. – Ірпінь, 2007. – 191 с.
11. Цивільний кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // *Голос України*. – 2003. – № 45.

12. Бабак А. О. Особливості юридичної відповідальності у сфері зовнішньоекономічної діяльності / А. О. Бабак // Університетські наукові записки. – 2009. – № 3. – С. 147–154.
13. Гуд А. М. Організація митно-правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств : дис. канд. юрид. наук : 12.00.07 / А. М. Гуд. – Х., 2017. – 241 с.
14. Митний кодекс України : Закон України від 13 березня 2012 р. № 4495-VI // *Голос України*. – 2012. – № 74.
15. Про судоустрій і статус суддів : Закон України від 02 червня 2016 р. № 1402-VIII // *Голос України*. – 2016. – № 132.
16. Про міжнародний комерційний арбітраж : Закон України від 24 лютого 1994 р. № 4002-XII // *Голос України*. – 1994.
17. Регламент Морської арбітражної комісії при Торгово-промисловій палаті України від 27 липня 2017 р. № 25 (6) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ips.ligazakon.net/document/MUS7359> .
18. Школьний Є. Юридична відповідальність держави як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності / Є Школьний // *Підприємництво, господарство і право*. – 2017. – № 11. – С. 70-74.
19. Adžić S., Al-Mansour J. Business analysis in the times of COVID-19: Empirical testing of the contemporary academic findings // *Management Science Letters*, 2021, vol. 11, p. 1-10.
20. Baily M.N., Bosworth B.P. US manufacturing: Understanding its past and its potential future // *The Journal of Economic Perspectives*, 2014, vol. 28(1), pp. 3-26.
21. Balios D., Daskalakis N., Eriotis N., Vasiliou D. SMEs capital structure determinants during severe economic crisis: The case of Greece // *Cogent Economics & Finance*, 2016, vol. 4(1), pp. 1-11.
22. Barron A., Hultén, P., Hudson S. The financial crisis and the gathering of political intelligence: A cross-country comparison of SMEs in France, Sweden and the UK // *International Small Business Journal*, 2012, vol. 30, no. 4, pp. 345-366.

23. Beliaeva T., Shirokova G., Wales W., Gafforova E. Benefiting from economic crisis? Strategic orientation effects, trade-offs, and configurations with resource availability on SME performance // *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2018, vol. 16, pp. 165-194.
24. Benaben F. A formal framework for crisis management describing information flows and functional structure // *Procedia Engineering*, 2016, vol. 159, pp. 353-356.
25. Berg G., Kirschenmann K. Funding Versus Real Economy Shock: The Impact of the 2007–09 Crisis on Small Firms' Credit Availability // *Review of Finance*, 2015, vol. 19(3), pp. 951-990.
26. Bourletidis K., Triantafyllopoulos Y. SMEs survival in time of crisis: Strategies,tactics and commercial success stories // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2014, vol. 148, pp. 639-644.
27. Briozzo A., Cardone-Riportella C. Spanish SMEs' subsidized and guaranteed credit during economic crisis: A regional perspective // *Regional Studies*, 2016, vol. 50, no. 3, pp. 496-512.
28. Braun B. Preparedness, crisis management and policy change: The Euro area at the critical juncture of 2008-2013 // *The British Journal of Politics & International Relations*, 2015, vol. 17, pp. 419-441.
29. Brown R., Lee N. Strapped for cash? Funding for UK high growth SMEs since the global financial crisis // *Journal of Business Research*, 2019, vol. 99, pp. 37-45.
30. Buklemishev O. Coronavirus crisis and its effects on the economy // *Population and Economics*, 2020, vol. 4, no. 2, pp. 13-17.
31. Bussoli C., Marino F. Trade credit in times of crisis: Evidence from European SMEs // *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2018, vol. 25(2), pp. 277-293.
32. Carnevale J.B., Hatak I. Employee adjustment and well-being in the era of COVID-19: Implications for human resource management // *Journal of Business Research*, 2020, vol. 116, pp. 183-187.

33. Casey E., O'Toole C.M. Bank lending constraints, trade credit and alternative financing during the financial crisis: Evidence from European SMEs // *Journal of Corporate Finance*, 2014, vol. 27, pp. 173-193.
34. Castellani D. Mortgage-backed Securitization and SME Lending During the Financial and Economic Crisis: Evidence from the Italian Cooperative Banking System // *Economic Notes: Review of Banking, Finance and Monetary Economics*, 2018, vol. 47(1), pp. 187-222.
35. Chen M.R., Lin H.C., Michel J.G. Navigating hypercompetitive environment: the role of action aggressiveness and TMT integration // *Strategic Management Journal*, 2010, vol. 31, pp. 1410-1430.
36. Cioppi M., Musso F., Pencarelli T., Savelli E. Economic Crisis and SMEs' Behavior: An Analysis on the Furniture Sector in Italy // *International Journal of Economic Behavior*, 2014, vol. 4, no. 1, pp. 115-126.
37. Cohen S., Naoum V.-C., Vlismas O. Intellectual capital, strategy and financial crisis from a SMEs perspective // *Journal of Intellectual Capital*, 2014, vol. 15(2), pp. 294-315.
38. Conger K., Satariano A., Isaac M. Pandemic Erodes Gig Economy Work // *The New York Times*, March 18, 2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/18/technology/gig-economy-pandemic.html>.
39. Cornille D., Rycx F., Tojerow I. Heterogeneous effects of credit constraints on SMEs' employment: Evidence from the European sovereign debt crisis // *Journal of Financial Stability*, 2019, vol. 41, pp. 1-13.
40. Corazza M., Funari S., Gusso R. Creditworthiness evaluation of Italian SMEs at the beginning of the 2007–2008 crisis: An MCDA approach // *The North American Journal of Economics and Finance*, 2016, vol. 38, pp. 1-26.
41. Cowling M., Brown R., Rocha A. 'Did you save some cash for a rainy COVID-19 day? The crisis and SMEs' // *International Small Business Journal*, 2020. DOI: 10.1177/0266242620945102.
42. Cowling M., Liu W., Zhang N. Did firm age, experience, and access to finance count? SME performance after the global financial crisis // *Journal of Evolutionary Economics*, 2018, vol. 28, no. 1, pp. 77-100.

43. D'Amato A. How did the global financial crisis impact the determinants of SMEs' capital structure? // *International Journal of Globalisation and Small Business*, 2019, vol. 10(3), pp. 210-232.

44. D'Amato A. Capital structure, debt maturity, and financial crisis: Empirical evidence from SMEs // *Small Business Economics*, 2020, vol. 55, no. 1, pp. 1-23.

45. Degryse H., Matthews K., Zhao T. SMEs and access to bank credit: Evidence on the regional propagation of the financial crisis in the UK // *Journal of Financial Stability*, 2018, vol. 38, pp. 53-70.

46. Demirgüç-Kunt A., Peria M.S.M., Tressel T. The global financial crisis and the capital structure of firms: Was the impact more severe among SMEs and nonlisted firms? // *Journal of Corporate Finance*, 2020, vol. 60, no. S0929119918308393.

47. Dias Á., Manuel E.C., Dutschke G., Pereira L. F., Pereira L., Dias Á., Dutschke G. Economic crisis effects on SME dynamic capabilities // *International Journal of Learning and Change*, 2020. DOI: 10.1504/IJLC.2021.10025017.

48. Doern R., Williams N., Vorley T. Special issue on entrepreneurship and crises: Business as usual? An introduction and review of the literature // *Entrepreneurship and Regional Development*, 2019, vol. 31, pp. 400-412.

49. Donthu N., Gustafsson A. Effects of COVID-19 on business and research // *Journal of Business Research*, 2020, vol. 117, pp. 284-289.

50. Duarte F.D., Gama A.P.M., Gulamhussen M.A. Defaults in bank loans to SMEs during the financial crisis // *Small Business Economics*, 2018, vol. 51(3), pp. 591-608.

51. Eggers F. Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis // *Journal of Business Research*, 2020, vol. 116, pp. 199-208.

52. Egfjord K.F.H., Sund K.J. Do you see what I see? How differing perceptions of the environment can hinder radical business model innovation // *Technological Forecast and Social Changes*, 2020, vol. 150, no. 119787.

53. Etermad H. Managing uncertain consequences of a global crisis: SMEs encountering adversities, losses, and new opportunities // *Journal of International Entrepreneurship*, 2020, vol. 18, pp. 125-144.

54. Guenzi P., Habel J. Mastering the digital transformation of sales // *California Management Review*, 2020, no. 0008125620931857.
55. Fletcher G., Griths M. Digital transformation during a lockdown // *International Journal of Information Management*, 2020. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102185.
56. Juergensen J., Guimón J., Narula R. European SMEs amidst the COVID-19 crisis: assessing impact and policy responses // *Journal of Industrial and Business Economics*, 2020, vol. 47, pp. 499-510. DOI: 10.1007/s40812-020-00169-4.
57. Hong P., Huang C., Li B. Crisis management for SMEs: Insights from a multiple-case study // *International Journal of Business Excellence*, 2021, vol. 5(5), pp. 535-553.
58. Iborra M., Safón V., Dolz C. What Explains Resilience of Smes? Ambidexterity Capability and Strategic Consistency // *Long Range Planning*, 2019, 16 December, article 101947.
59. Kapitsinis N. Firm relocation in times of economic crisis: Evidence from Greek small and medium enterprises' movement to Bulgaria, 2007–2014 // *European Planning Studies*, 2017, vol. 25, no. 4, pp. 703-725.
60. Kapitsinis N. The impact of economic crisis on firm relocation: Greek SME movement to Bulgaria and its effects on business performance // *GeoJournal*, 2019, vol. 84, no. 2, pp. 321-343.
61. Kim Y.J., Tesar L.L., Zhang J. The impact of foreign liabilities on small firms: Firm-level evidence from the Korean crisis // *Journal of International Economics*, 015, vol. 97(2), pp. 209-230.
62. Kuckertz A., Brändle L., Gaudig A., Hinderer S., Morales Reyes C.A., Prochotta A., Steinbrink K.M., Berger E.S.C. Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic // *Journal of Business Venturing Insights*, 2020, vol. 13, no. e00169.
63. Kudlyak M., Sanchez J.M. Revisiting the behavior of small and large firms during the 2008 financial crisis // *Journal of Economic Dynamics and Control*, 2017, vol. 77, pp. 48-69.

64. Lawless M., O'Connell B., O'Toole C. SME recovery following a financial crisis: Does debt overhang matter? // *Journal of Financial Stability*, 2015, vol. 19, pp. 45-59.
65. Lee N., Sameen H., Cowling M. Access to finance for innovative SMEs since the financial crisis // *Research Policy*, 2015, vol. 44(2), pp. 370-380.
66. Leih S., Linden G., Teece D.J. Business model innovation and organizational design: A dynamic capabilities perspective. In: *Business Model Innovation*:
67. *The Organizational Dimension*, 1st ed.; Foss, N.J., Saebi, T., Eds., Oxford University Press: Oxford, UK, 2015.
68. Lekmat L., Chelliah J. Surviving the next economic crisis: Corporate entrepreneurship strategies of Thai Automotive SMEs // *Journal of International Management Studies*, 2011, vol. 6, no. 3, pp. 18-35.
69. Li F. The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends // *Technovation*, 2018, no. 102012.
70. Li X., Segarra Roca P., Papaoikonomou E. SMEs' responses to the financial and economic crisis and policy implications: An analysis of agricultural and furniture sectors in Catalonia // *Spain. Policy Studies*, 2011, vol. 32(4), pp. 397-412.
71. Lin J., Li L., Luo X. (Robert), Benitez J. How do agribusinesses thrive through complexity? The pivotal role of e-commerce capability and business agility // *Decision Support Systems*, 2020, no. 113342.
72. Lisboa I. Capital structure of exporter SMEs during the financial crisis: Evidence from Portugal // *European Journal of Management Studies*, 2017, vol. 22(1), pp. 25-49.
73. MacKenze A. *Dealing With Disaster*. Asian Business, 1994.
74. Marino L.D., Lohrke F.T., Hill J.S., Weaver K.M., Tambunan T. Environmental shocks and SME alliance formation intentions in an emerging economy: Evidence from the Asian financial crisis in Indonesia // *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, vol. 32(1), pp. 157-183.

75. Mazzarol T. Research review: a review of the latest research in the field of small business and entrepreneurship // *Small Enterprise Research*, 2014, vol. 21, no.1, pp. 2-13.

76. McGuinness G., Hogan T. Bank credit and trade credit: Evidence from SMEs over the financial crisis // *International Small Business Journal*, 2016, vol. 34(4), pp. 412-445.

77. Medaković V., Marić B. Crisis Management in SME's: Empirical Study in Bosnia & Herzegovina // *Annals of the Faculty of Engineering Hunedoara*, 2019, vol. 17, no. 3, pp. 183-186.

78. Meiste R., Jakstiene S. Crisis Diagnosis in Anti-Crisis Management Process in a Company // *Oeconomia Copernicana*, 2015, vol. 6(4), pp. 49-58.

79. Meutia M., Ismail T., Umami N. Leadership issue and SME performance during crisis // *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 2018, vol. 9, no. 4, pp. 424-435.

80. Mikusova M. Do small organizations have an effort to survive? Survey from small Czech organizations // *Economic Research*, 2013, vol. 26, no. 4, pp. 59-76.

81. Mikusova M., Horvathova P. Prepared for a crisis? Basic elements of crisis management in an organisation // *Economic Research*, 2019, vol. 32, no. 1, pp. 1844-1868.

82. Mitroff I.I., Alpaslan M.C. Preparing for Evil // *Harvard Business Review*, 2003, vol. 81, no. 4, pp. 109-115.

83. Mora P., Akhter M. Why and how some wine SMEs resist to the crisis? // *International Journal of Business and Globalisation*, 2012, vol. 8(1), pp. 95- 111.

84. Morrish S.C., Jones R. Post-disaster business recovery: An entrepreneurial marketing perspective // *Journal of Business Research*, 2020, vol. 113, pp. 83- 92.

85. Mulford C.W., Comiskey E.E. *The financial numbers game: Detecting creative accounting practices*. Addison Wiley, 2002.

86. Murphy P. Chaos Theory As A Model For Managing Issues And Crises // *Public Relations Review*, 1996, vol. 22(2), pp. 95-113.

87. Mustajab D., Bauw A., Rasyid A., Irawan A., Akbar M.A., Hamid M.A. Working From Home Phenomenon As an Effort to Prevent COVID-19 Attacks and Its Impacts on Work Productivity // *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 2020, vol. 4, no. 1, pp. 13-21.
88. Nenonen S., Storbacka K. Don't adapt, shape! Use the crisis to shape your minimum viable system – And the wider market // *Industrial Marketing Management*, 2020, vol. 88, pp. 265-271.
89. Pal R., Westerlind R., Torstensson H. Exploring the resilience development process by implementing the crisis strategic planning framework: A Swedish textile SME perspective // *International Journal of Decision Sciences, Risk and Management*, 2013, vol. 5, no. 1, pp. 1-34.
90. Pathak S., Ahmad M. Role of government in flood disaster recovery for SMEs in Pathumthani province // *Thailand. Natural Hazards*, 2018, vol. 93(2), pp. 957-966.
91. Petzold S., Barbat V., Pons, F., Zins M. Impact of responsive and proactive market orientation on SME performance: The moderating role of economic crisis perception // *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 2019, vol. 36, no. 4, pp. 459- 472.
92. Piette C., Zachary M.-D. Sensitivity to the crisis of SME financing in Belgium // *Economic Review*, 2015, vol. 3, pp. 31-45.
93. Priyono A., Moin A., Aini V.N., Putri O. Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic // *Journal of Open Innovation and Technology Marketing Complex*, 2020, vol. 6, no. 104.
94. Proença P., Laureano R.M., Laureano L.M. Determinants of capital structure and the 2008 financial crisis: Evidence from Portuguese SMEs // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2014, vol. 150(1), pp. 182-191.
95. Rapaccini M., Sacconi N., Kowalkowski C., Paiola M., Adrodegari F. Navigating disruptive crises through service-led growth: The impact of COVID-19 on Italian manufacturing firms // *Industrial Marketing Management*, 2020, vol. 88, pp. 225-237.

96. Remane G., Hanelt A., Nickerson R.C., Kolbe L.M. Discovering digital business models in traditional industries // *Journal of Business Strategy*, 2017, vol. 38, pp. 41-51.
97. Ritter T., Pedersen C.L. Analyzing the impact of the coronavirus crisis on business models // *Industrial Marketing Management*, 2020, vol. 88, pp. 214- 224.
98. Sahin S., Ulubeyli S., Kazaza A. Innovative Crisis Management in Construction: Approaches and the Process // *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, 2015, no. 195, pp. 2298-2305.
99. Sainis G., Haritos G., Kriemadis A., Fowler M. The willingness of ISO certified Greek SMEs to continue their quality journey to TQM under crisis conditions: A systemic approach // *International Journal of Applied Systemic Studies*, 2016, vol. 6(4), pp. 327-348.
100. Seetharaman P. Business models shifts: Impact of Covid-19 // *International Journal of Information Management*, 2020, vol. 54, no. 102173.
101. Serrasqueiro Z., Leitão J., Smallbone D. Small-and medium-sized enterprises (SME) growth and financing sources: Before and after the financial crisis // *Journal of Management and Organization*, 2018. DOI:10.1017/jmo.2018.14.
102. Setyawan A.A., Isa M., Wajdi F., Syamsudin S. Disaster as business Risk in SME: An exploratory study // *International Journal of Research in Business and Social Science*, 2017, vol. 6(6), pp. 52-63.
103. Sheth J. Business of business is more than business: Managing during the Covid crisis // *Industrial Marketing Management*, 2020, vol. 88, pp. 261-264.
104. Simón-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: Reality or fiction? // *Entrepreneurship & Regional Development*, 2016, vol. 28, no. 1-2, pp. 157-176.
105. Smith R. Analysis of Earth-Moving Using Discrete-Event Simulation // *Journal of Construction Engineering and Management*, 1995, vol. 121(4), pp. 388-396.
106. Soininen J., Puumalainen K., Sjögrén H., Syrjä P. The impact of global economic crisis on SMEs: Does entrepreneurial orientation matter? // *Management Research Review*, 2012, vol. 35(10), pp. 927-944.

107. Thorgren S., Williams T.A. Staying alive during an unfolding crisis: How SMEs ward off impending disaster // *Journal of Business Venturing Insights*, 2020, vol. 14, no. e00187.

108. Tikhonova M., Sarkisyan Zh. Managing for the Future: Crisis Management under Post-Industrial Modernization (Chapter 3). In: *Post-Industrial Society: The Choice between Innovation and Tradition*. Palgrave Macmillan, 2021. DOI: 10.1007/978-3-030-59739-9_3.

109. Tikhonova M., Sarkisyan Zh. Individualization of Approaches in Scenarios of Survival and Development for Companies in the Digital Environment (Chapter 8). In: *Technology and Business Strategy: Digital Uncertainty and Digital Solutions*. Palgrave Macmillan, 2021. DOI: 10.1007/978-3-030-63973-0_8.

110. Turner J., Akinremi T. The business effects of pandemics – A rapid literature review. In: *ERC Insight Paper*, University of Warwick: Coventry, UK, 2020.

111. Warner K.S., Wäger M. Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal // *Long Range Plan*, 2019, vol. 52, pp. 326-349.

112. Williams T.A., Gruber D.A., Sutclie K.M., Shepherd D.A., Zhao E.Y. Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams // *The Academy of Management Annals*, 2017, vol. 11, pp. 733-769.

113. Wilson D. *Small Business Crisis Management Strategies*. Walden University, 2016. 114 p.

114. Vojtkoa V., Rol L., Plevn V. System dynamics model of crises in small and medium enterprises // *Economic Research*, 2019, vol. 32, no. 1, pp. 168-186.

115. Yamori N. Japanese SMEs and the credit guarantee system after the global financial crisis // *Cogent Economics & Finance*, 2015, vol. 3(1), pp. 1-18.

116. Yazdanfar D., Öhman P., Homayoun S. Financial crisis and SME capital structure: Swedish empirical evidence // *Journal of Economic Studies*, 2019, vol. 46, no. 4, pp. 925-941.

117. Zenker S., Kock F. The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda // *Tourism Management*, 2020, vol. 81, pp. 104-164.

118. Zvikaramba A., Kruglikov S.V., Zimucha T., Chinakidzwa M. Disaster response supply chain in a city: The role of SMEs // *International Journal of Supply Chain and Operations Resilience*, 2020, vol. 4, no. 1, pp. 85-101.

119. Zubair S., Kabir R., Huang X. Does the financial crisis change the effect of financing on investment? Evidence from private SMEs // *Journal of Business Research*, 2020, vol. 110, pp. 456-463.

120. Єгорова О., Артеменко Г. Проблеми малого бізнесу України під час пандемії коронавірусу. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку : матеріали міжнародної науковопрактичної конференції. Херсон : ФОП Вишемирський В.С., 2020. С. 241–243.

121. Офіційний сайт ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://comfy.ua/ua/> .

122. Новини – електронне видання. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://rau.ua/personalii/igor-hizhnjak-comfy/> .

ДОДАТКИ