

б. Забезпечення фінансової стійкості підприємства, високої оборотності його активів і капіталу у довгостроковій перспективі, максимізація величини прибутку і рентабельності ЗЕД у довгостроковому періоді.

Отже, розробка стратегії управління ЗЕД та реалізація загальних функцій управління ефективністю підприємства є необхідною умовою її успішної участі у міжнародних економічних відносинах.

#### Література:

1. Лопатина А. В., Камышанченко Е. Н. Разработка стратегии управления ВЭД промышленного предприятия как условие обеспечения его эффективности. URL: [http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/8786/1/Lopatina\\_Razrabotka.pdf](http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/8786/1/Lopatina_Razrabotka.pdf) (дата звернення: 04.02.2022).

## МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. В. ФЕДОТОВА, канд. екон. наук, доц.,  
зав. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки,

Н. С. ОЛЬХОВСЬКА, студентка

*Харківський національний університет міського господарства імені  
О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

На сьогоднішній день функціонування національної економіки будь-якої країни не може реалізовуватись без розвиненої системи зовнішньоекономічних зв'язків. Участь у системі міжнародних економічних відносин має позитивний вплив на розвиток економіки країни, сприяючи підвищенню технічного рівня виробництва, раціональному використанню природних ресурсів, зменшенню або ліквідації дефіциту окремих товарів, а отже і підвищенню рівня життя населення країни.

В умовах посилення тенденцій інтернаціоналізації бізнесу та нестабільності процесів економічного зростання розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається пошуком методів точної оцінки її результативності та підвищення ефективності.

Ефективність є комплексним поняттям, яке охоплює різні напрями господарської діяльності підприємства. Процес дослідження ефективності включає два основні напрями [1]:

1) ретроспективний порівняльний аналіз стану підприємства на різних етапах його діяльності;

2) оцінку конкурентних переваг підприємства порівняно з іншими суб'єктами ринку.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності слід розглядати як співвідношення сукупності доходів і витрат від здійснення цієї діяльності.

Алгоритм оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства має включати наступні етапи [2]:

- підготовчий етап;
- розрахунковий етап;
- аналітичний етап.

Підготовчий етап полягає у визначенні цілі оцінки, формулюванні задач, організації збору та систематизації інформації.

Розрахунковий етап включає два напрями:

1. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища:

- оцінка ефективності ЗЕД підприємства (виручка від реалізації, приріст обсягу збуту, збільшення частки ринку, динаміка робочих місць, коефіцієнт автоматизації робіт та інше);
- розрахунок конкурентоспроможності продукції (розрахунок індексу відносної експортної конкурентоспроможності);
- маркетингове дослідження ринків збуту;
- аналіз діяльності конкурентів;
- оцінку рівня та якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, дослідження ефективності, переваг та недоліків заключення контрактів та угод.

Фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовища мають відповідати наступним вимогам:

- наявність причинно-наслідкового зв'язку між фактором і результативним показником;
- кількісне вираження.

Крім того, пропонується розрахунок наступних показників.

1. Визначення економічної ефективності експорту

$$E_{\text{б}} = \frac{V_{\text{е}}}{(C_{\text{т}} + T_{\text{р}} + O_{\text{р}})}, \quad (1)$$

де  $E_{\text{б}}$  – базовий коефіцієнт ефективності експорту;

$V_{\text{е}}$  – виторг від експорту;

$C_{\text{т}}$  – собівартість товару;

$T_{\text{р}}$  – транспортні витрати;

$O_{\text{р}}$  – організаційні витрати.

Якщо  $E_{\text{б}}$  більше 1, то зовнішньоекономічну діяльність підприємства можна вважати ефективною. Чим вище значення коефіцієнту, тим вищою є ефективність експорту.

2. Визначення економічної ефективності імпорту

$$E_{\text{ІМП1}} = \frac{Ц_{\text{п}}}{Ц_{\text{с}}}, \quad (2)$$

$$E_{\text{ІМП1}} = \frac{O_{\text{п}}}{V_{\text{імп}}}, \quad (3)$$

де  $E_{\text{ІМП1}}$  та  $E_{\text{ІМП2}}$  – показники ефективності імпорту;

$O_{\text{п}}$  – обсяг продукції, що випускається, у внутрішніх середньорічних цінах, тис. грн.,

$V_{\text{імп}}$  – витрати на імпорт, тис. грн.

2. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Третій – аналітичний етап – включає наступні напрями: аналіз раціональності використання ресурсів з метою усунення небажаних відхилень від поставлених завдань виробничої програми; виявлення внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності; розробка заходів із залучення резервів у господарський оборот; контроль над реалізацією заходів.

Отже, використання збалансованої системи показників оцінки ефективності ЗЕД підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних і тактичних рішень.

### Література:

- 1) Гулакова В. Л. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/255.pdf> (дата звернення: 04.02.2022).
- 2) Немкович А. В. Формирование методики анализа эффективности внешнеторговой деятельности промышленного предприятия в рамках ЕАЭС URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwistbXLuej1AhUigv0NHb3nBn8QFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fecoprom.misis.ru%2Fjour%2Farticle%2Fdownload%2F550%2F513&usg=AOvVaw1X20NtBe8cnCGXryIOinzU> (дата звернення: 04.02.2022).

## ВИДИ ЦІН У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. В. ФЕДОТОВА, канд. екон. наук, доц.,  
зав. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки,  
А. Р. САЛТИКОВА, студентка  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Одним із головних напрямів розвитку України на шляху до затвердження свого місця на світовій арені є активізація участі вітчизняних підприємств у міжнародних економічних відносинах, зокрема у зовнішньоторговельній діяльності.

Сучасний розвиток міжнародних ринкових відносин характеризується конкурентним суперництвом між суб'єктами господарювання, що визначає необхідність постійного підвищення українськими виробниками рівня конкурентоспроможності продукції, якого можна досягти за умов постійного удосконалення цінової політики, зокрема методів ціноутворення.

Процес ціноутворення на підприємстві повинен починатися з визначення цілей продажу даного товару. Серед основних цілей підприємницької діяльності можна виділити наступні:

- 1) забезпечення сталого функціонування підприємства – в ситуації активної конкуренції чи зміни споживчих смаків, коли і виникає ризик надмірного обсягу пропозиції, що спонукає підприємство знижувати ціни до