

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня магістр

студента Морозова Костянтина Тарасовича

академічної групи 073м-22-2

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (за матеріалами ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Варяниченко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Варяниченко О.В.			

Дніпро
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

«25» вересня 2023 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістра**

студенту Морозову К.Т. академічної групи 073м-22-2

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (за матеріалами ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 06 жовтня 2023 р. №1215-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретично-методологічний розділ	Теоретично-методологічні основи управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності	25.09.2023 р. – 22.10.2023 р.
Дослідницько-аналітичний розділ	Аналіз діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»	23.10.2023 р. – 19.11.2023 р.
Проектно-рекомендаційний розділ	Проект заходів з управління економічною стійкістю суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»	20.11.2023 р. – 10.12.2023 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Варяниченко О.В.

Дата видачі «25» вересня 2023 року

Дата подання до екзаменаційної комісії «11» грудня 2023 року

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Морозов К.Т.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра
студента групи 073М-22-2
НТУ «Дніпровська політехніка»
Морозова Костянтина Тарасовича

на тему: Управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (за матеріалами ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»)

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ, ЕФЕКТ ЕКСПОРТУ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКСПОРТУ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА, ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ

Структура роботи: 76 сторінок комп'ютерного тексту; 42 рисунки; 20 таблиці; 58 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – управління економічною стійкістю підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Основні результати кваліфікаційної роботи магістра полягають у такому: розглянуто теоретично-методологічні основи управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності; досліджено ринок сантехніки; проаналізовано показники діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»; визначено рівень фінансової стійкості підприємства на прикладі групи компаній Geberit; обґрунтовано підготовку експортної операції для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» та оцінено її ефективність; оцінено економічну ефективність запропонованого проекту заходів для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».

Методи дослідження – структурно - системний підхід, методи наукового пізнання, аналізу і синтезу, статистичного аналізу, економічного аналізу, експертних оцінок, графічної інтерпретації, порівняння, узагальнення.

Результати кваліфікаційної роботи магістра рекомендовано для використання підприємствами виробниками сантехнічної продукції.

Сфера застосування – планування фінансової та експортної діяльності підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів – збільшення чистого прибутку підприємства на 24,65% або на 11,6 млн грн, забезпечення ефективності експорту 1,569.

Значимість роботи – реалізація запропонованих заходів дозволить підприємствам-виробникам забезпечити економічну стійкість та конкурентоспроможність продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках.

ABSTRACT

of qualification paper for the Master's degree
by the student of the academic group 073M-22-2
Dnipro University of Technology
Morozov Konstantin

Title: Management of the economic stability of an enterprise subject to foreign economic activity
(based on the materials of Private JSC "HEBERIT CERAMIC PRODUCTION")

**ECONOMIC STABILITY, EXPORT EFFECT, EXPORT EFFICIENCY,
PRODUCT COMPETITIVENESS, BANKRUPTCY FORECAST, FINANCIAL
STABILITY**

Structure: 76 printed pages; 42 figures; 20 tables; 58 references.

Object of development – management of the economic stability of the enterprise.

The aim of the paper – theoretical substantiation and development of practical recommendations for managing the economic sustainability of an enterprise subject to foreign economic activity.

The main findings of the qualification paper for the Master's degree are as follows: the theoretical and methodological foundations of managing the economic stability of the enterprise subject to foreign economic activity are considered; the sanitary ware market was researched; analyzed the activity indicators of Private JSC "HEBERIT CERAMIC PRODUCTION" the level of financial stability of the enterprise was determined using the example of the Geberit group of companies; the preparation of the export operation for Private JSC "HEBERIT CERAMIC PRODUCTION" was substantiated and its effectiveness was evaluated; the economic efficiency of the proposed project of measures for Private JSC "HEBERIT CERAMIC PRODUCTION" was evaluated.

Research methods – structural - systemic approach, methods of scientific knowledge, analysis and synthesis, statistical analysis, economic analysis, expert evaluations, graphic interpretation, comparison, generalization.

The findings of the qualification paper for the Master's degree are recommended for use by enterprises producing plumbing products.

Application – planning of financial and export activities of the enterprise.

Financial viability of the proposed measures – increase in the net profit of the enterprise by 24.65% or by UAH 11.6 million, ensuring export efficiency 1.569.

The value of the research – the implementation of the proposed measures will allow manufacturing enterprises to ensure the economic stability and competitiveness of products on the domestic and foreign markets.

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретично-методологічні основи управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.....	8
1.1 Дослідження сутності поняття економічної стабільності та стійкості підприємства	8
1.2 Забезпечення економічної стійкості підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності	14
2 Аналіз діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».....	22
2.1 Характеристика підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», продукції та технології виробництва	22
2.2 Дослідження ринку сантехніки	25
2.3 Аналіз фінансових показників діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».....	39
2.4 Прогнозування банкрутства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».....	48
2.5 Аналіз показників рентабельності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».....	49
2.6 Напрями оцінки та управління економічною стійкістю ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».....	52
3 Проєкт заходів з управління економічною стійкістю суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»	53
3.1 Визначення рівня фінансової стійкості підприємства на прикладі групи компаній Geberit	53
3.2 Підготовка експортної операції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».....	58
3.3 Аналіз якості та конкурентоспроможності продукції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на закордонному ринку	59
3.4 Обґрунтування ефективності експортної операції	64
3.5 Показники проєкту	70
Висновки.....	72
Перелік джерел посилання.....	77

ВСТУП

В умовах нестабільності зовнішнього середовища підприємств, проблеми забезпечення їх економічної стійкості та адаптивності набувають пріоритетного значення.

Серед недавніх значущих факторів, які посилили глобальні та локальні кризи макро- і мікроекономічних систем, відчутну роль відіграла пандемія COVID-19, яка сколихнула світ на початку 2020 р., негативні наслідки якої торкнулись більшості суб'єктів господарювання [1].

В Україні наявність колосальних реальних та потенційних загроз економічній безпеці, які причинила російська агресія, у поєднанні з наслідками пандемії COVID-19, суттєво ускладнили середовище діяльності підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, можливості виходу на стратегічну траєкторію розвитку. Виникла необхідність не просто вирішувати проблеми стимулювання попиту, розширення клієнтської бази, удосконалення цінової політики, а критичної оцінки стратегій, можливостей забезпечувати економічну стійкість у тривалій перспективі, незважаючи на вплив тих чи інших дестабілізуючих факторів.

Економічна стійкість підприємства є суттєвим чинником підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні мікроекономіки, так і в масштабах усього народного господарства. Значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості, використання потенційних можливостей збільшення прибутку (доходу) фірми та пошук шляхів підвищення і зміцнення економічної стабільності.

Категорія «економічна стійкість» завжди залишається в центрі уваги дослідників в галузі управління, економіки, конкуренції тощо, оскільки становить складне, різноманітне поняття, яке характеризує комплекс різних параметрів об'єкта.

Аналіз наукових праць щодо практичних аспектів забезпечення економічної стійкості підприємств різних видів економічної діяльності виявив, що збереження стійкого положення підприємства в умовах твердої конкуренції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку є досить складним завданням, вирішення якого можливе тільки за умови інтегрованого підходу, адже підприємство у процесі своєї виробничо-господарської діяльності постійно вступає в прямі й непрямі взаємовідносини з постачальниками, споживачами й конкурентами.

Для цього необхідна організація ефективної системи взаємодії всіх елементів, які беруть участь у процесі виробничо-господарської, фінансової та зовнішньоекономічної діяльності. Саме тому достатньо актуальним і своєчасним є завдання дослідження питань забезпечення економічної стійкості підприємств із зовнішньоекономічною діяльністю.

Існуючі підходи до процесу оцінки економічної стійкості підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю показали необхідність урахування широкої низки показників, але на основі їх кількісного виразу важко аналізувати діяльність підприємства, так як складові цього індикатора мають різні одиниці вимірювання й різні розмірності.

У світовій і вітчизняній обліково-аналітичній практиці розроблено систему показників, що характеризують фінансову стабільність підприємства, які поділяють на два класи: перший – показники зі встановленими нормативними значеннями (усі показники ліквідності та платоспроможності), другий – показники, без установлених нормативних значень (показники рентабельності, ефективності управління, ділової активності).

Підприємство, незважаючи на динаміку показників ефективності діяльності, може тривалий час перебувати в межах порогу рентабельності, утримуючи певні позиції на ринку. Однак, з стратегічної точки зору, потенціал розвитку підприємства може бути суттєво обмеженим. За таких умов, зміна ситуації на ринку, посилення впливу нових дестабілізуючих факторів, може різко послабити його стійкість.

Важлива складова економічної стійкості та невід’ємна частина діяльності підприємства-суб’єкта зовнішньоекономічної діяльності – фінансова стійкість. Фінансово стійке підприємство має змогу вчасно здійснювати платежі, переносити непередбачені потрясіння, фінансувати свою діяльність, підтримувати абсолютну ліквідність та ефективність виробництва.

Керівникам підприємств, у першу чергу, необхідно вирішувати питання забезпечення виробництва матеріальними ресурсами, збуту продукції, організації транспортного обслуговування, інформаційного забезпечення тощо. Однак найчастіше недостатній рівень фінансових засобів, оборотних активів не дозволяє навіть розпочати вирішення цих питань.

В кризових ситуаціях формується механізм нестійкого розвитку підприємства, що вимагає розробки заходів, які зможуть забезпечити йому стійкий розвиток. Ефективне управління економічною стійкістю підприємства пов’язане з реалізацією системного підходу та концептуальних положень стратегічного менеджменту.

Забезпечення економічної стійкості підприємства, мінімізація впливу на її рівень негативних зовнішніх та внутрішніх факторів, визначення ролі економічної стійкості в забезпеченні загальної стійкості підприємства - проблеми, які потребують застосування вдосконалених стратегічних підходів до управління економічною стійкістю підприємств [2].

Дослідження даних процесів набуло актуальності для підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», яке входить до групи компаній Geberit і спеціалізується на виробництві сантехнічних товарів, з власнорозробленими технологіями виробництва та енергозбереження, з динамічним розвитком та впевненістю у своїх перспективах.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо управління економічною стійкістю підприємства-суб’єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі вирішено наступні задачі дослідження:

- розглянуто теоретично-методологічні основи управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності;
- досліджено ринок сантехніки;
- проаналізовано показники діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»;
- визначено рівень фінансової стійкості підприємства на прикладі групи компаній Geberit;
- обґрунтовано підготовку експортної операції для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» та оцінено її ефективність;
- оцінена економічна ефективність запропонованого проєкту заходів з управління економічною стійкістю ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».

Об'єкт розроблення – управління економічною стійкістю підприємства.

Предмет розроблення – теоретичні, методичні та практичні підходи до управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Методи дослідження – структурно - системний підхід, методи наукового пізнання, аналізу і синтезу, статистичного аналізу, економічного аналізу, експертних оцінок, графічної інтерпретації, порівняння, узагальнення.

Практичне значення результатів дослідження для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»: реалізація запропонованих напрямів підвищення економічної стійкості дозволяє збільшити ливарні потужності на 30%, диверсифікувати джерела енергії та зменшити витрати на виробництво на 3%, забезпечити ефективність експорту на новому ринку Казахстану 157% та загалом збільшити чистий прибуток підприємства на 24,65% або на 11,6 млн грн.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Дослідження сутності поняття економічної стабільності та стійкості підприємства

Стійкість - здатність довго зберігати і виявляти свої властивості, не піддаватися руйнуванню, псуванню, витримувати зовнішній вплив, протидіяти чомусь, стабільність розуміємо як стійкість, сталість.

Економічна стійкість підприємства поняття ємне та багатопланове. Перш за все під економічною стійкістю слід розуміти спроможність підприємства протистояти факторам зовнішнього середовища та внутрішнім збуренням. Разом з тим, під економічною стійкістю також розуміють:

- здатність підприємства поглинати зовнішні й внутрішні дестабілізуючі фактори через ефективне застосування своїх ресурсів за рахунок використання і вдосконалення економічного потенціалу;

- здатність підприємства до самозбереження, тобто раціонального використання резервів у часі, що дають можливість протистояти впливові зовнішніх факторів;

- потенційні можливості підприємства повернутися у стан рівноваги, в якому воно має позитивну динаміку функціонування або не виходить за встановлені межі [3].

У широкому розумінні економічна стійкість відображає рівень розвитку потенціалу підприємства, ефективність системи управління, внутрішньо-організаційну інтегрованість її підсистем, адаптивність до змін середовища тощо. Саме тому, проблеми економічної стійкості слід розглядати у двох проекціях – як здатність функціонувати в межах порогу рентабельності на основі реалізації тих чи інших переваг, дуже часто нетривалого характеру, і як здатність

підприємства демонструвати ознаки розвитку, незважаючи на характер зовнішнього середовища [3].

Дуже часто економічна стійкість підприємства асоціюється з його фінансовою стійкістю, тому що фінансова складова економічної стійкості є однією з найважливіших. Вона відображає результуючий характер розвитку, проте не дає повною мірою зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки тенденцій розвитку [3].

На рисунку 1.1. представлено наукові підходи до визначення поняття «стійкість підприємства».

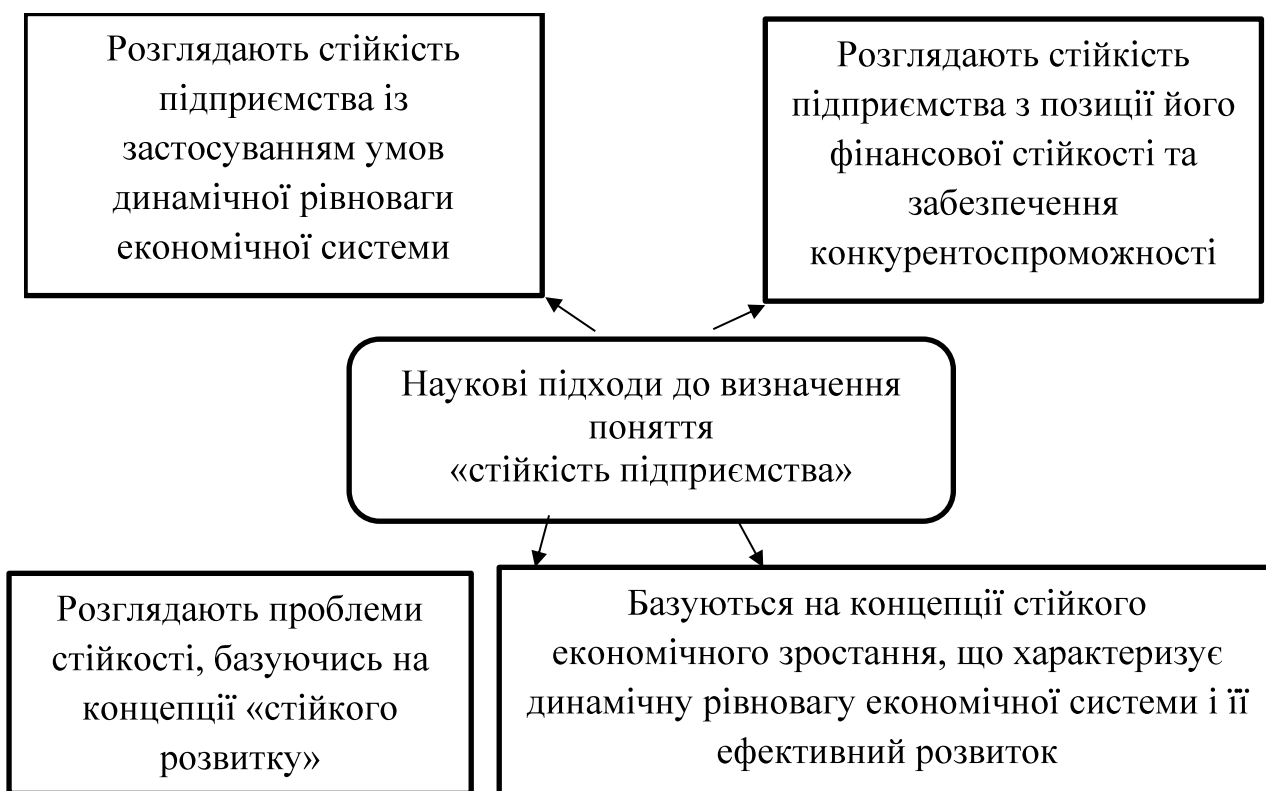


Рисунок 1.1 - Наукові підходи до визначення поняття «стійкість підприємства»
[побудовано за 4, 5]

Кравченко М.В. вважає, що економічна стійкість - це здатність суб'єкта підприємництва функціонувати і стабільно розвиватися з врахуванням потужностей виробничого потенціалу та підтримувати його на належному рівні, що дає змогу пропонувати на ринок конкурентоспроможну продукцію та досягати конкурентних переваг забезпечуючи тим самим сталий розвиток в

цілому [6]. На думку Крисько Ж.Л., економічна стійкість - це здатність підприємства підтримувати певний рівень економічних параметрів, які забезпечують його рентабельне функціонування і стабільний розвиток, а також дають змогу приймати рівноважний стан після припинення дії збурень зовнішнього і внутрішнього середовища [7]. У свою чергу Гончарова О.М. економічну стійкість підприємства визначає як стан господарюючого суб'єкта, що характеризується оптимальним розподілом вхідних та вихідних потоків, досягнення внутрішньої синергії ресурсів, мінімізацією ризиків та здатністю системи протистояти потенційним негативним явищам, що можуть спричинити негативний вплив в майбутньому [8]. Гринько Т.В. при дослідженні сутності категорії «економічна стійкість підприємства» дійшла висновку, що у найбільш загальному вигляді економічною стійкістю підприємства можна вважати такий стан, за якого забезпечено отримання очікуваного економічного ефекту за результатами господарської діяльності як в поточному, так і в перспективних періодах [9].

При дослідженні економічної стійкості підприємства слід враховувати, що основними функціями стратегічного управління підприємством є організаційна, аналітична, планова, регулююча, контролююча (дивись рис. 1.2).

Стратегічному управлінню надається ключова орієнтуюча та координуюча роль у визначенні напрямків стратегічного розвитку підприємства, забезпечуючи зосередження зусиль на вирішенні основних проблем, які виникають в процесі його діяльності, та спрямовуючи діяльність на виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей, володіючи значним впливом на показники діяльності підприємства та його ефективність [10].

Механізм стійкого розвитку підприємства відповідно досліджень Миколайчука І.П. представлено на рисунку 1.3. Модель організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості згідно Гринько Т.В. представлено на рисунку 1.4.

Узагальнення тлумачення сутності поняття економічної стабільності наведено на рисунку 1.5.

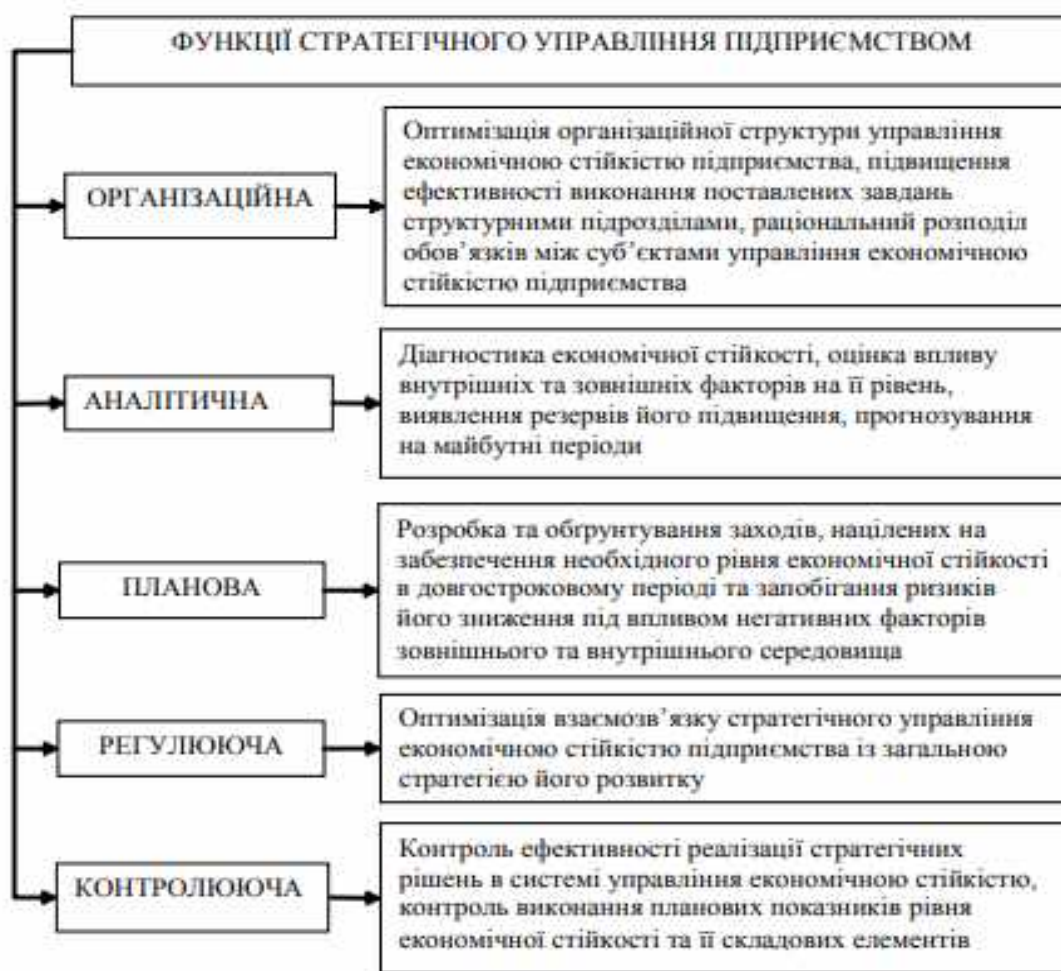


Рисунок 1.2 - Функції стратегічного управління підприємством [2]



Рисунок 1.3 - Механізм стійкого розвитку підприємства [4]

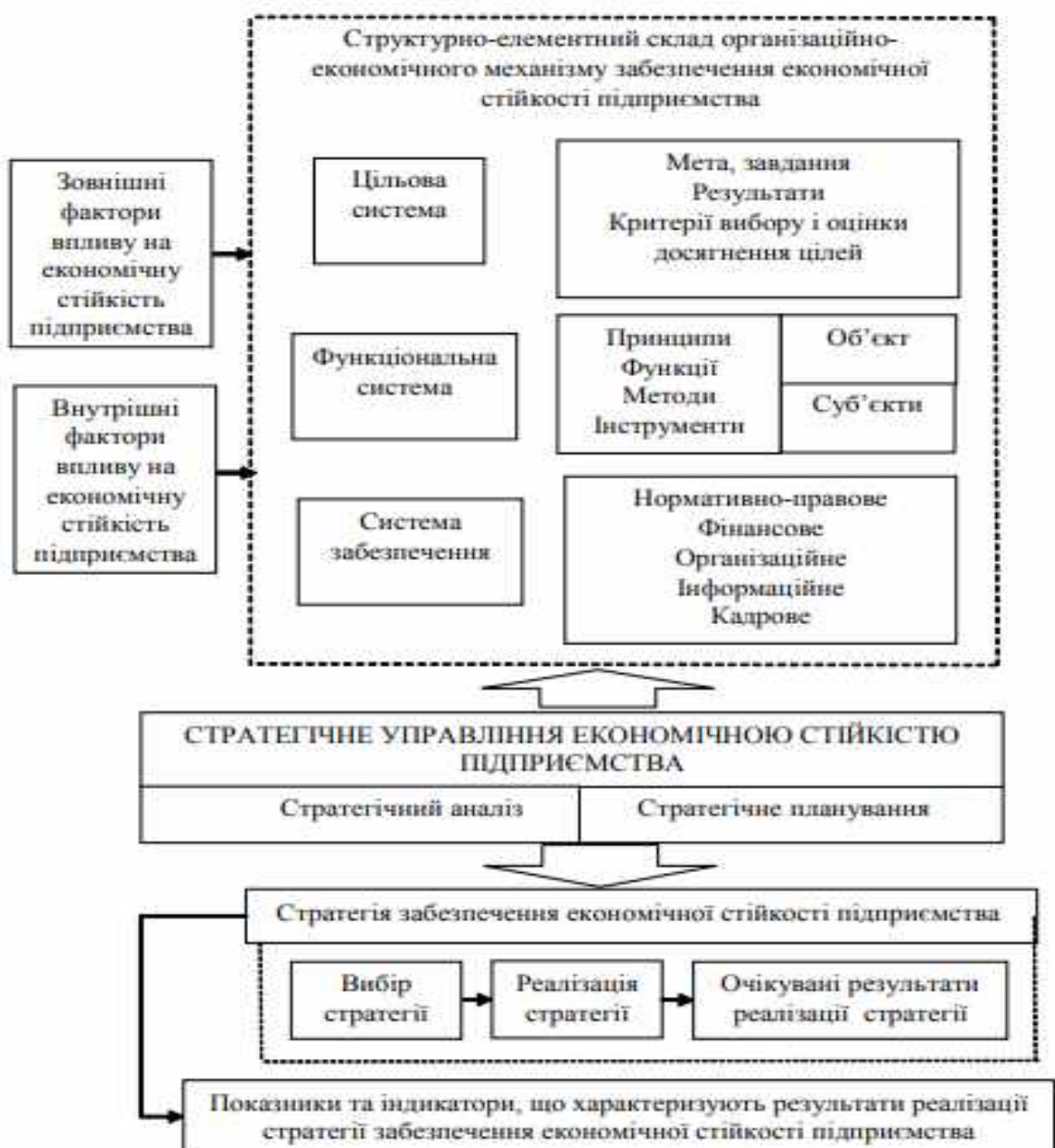


Рисунок 1.4 - Модель організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості [2]

Досягнення високої ефективності стратегічного управління економічною стійкістю підприємства залежить від комплексності і повноти його реалізації, організації узгодженості і взаємозв'язку між усіма елементами системи управління, адекватності використовуваних методів оцінювання рівня економічної стійкості та діагностики негативних впливів [11].



Рисунок 1.5 – Сутність економічної стабільності підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю

Як висновок, можна наголосити, що головна умова ефективного функціонування підприємства сучасних в умовах – стійкість. Отже, фінансова стійкість важлива і невід’ємна частина діяльності підприємства-суб’єкта зовнішньоекономічної діяльності. Фінансово стійке підприємство має змогу вчасно здійснювати платежі, переносити непередбачені потрясіння, фінансувати свою діяльність, підтримувати абсолютну ліквідність та ефективність виробництва.

1.2 Забезпечення економічної стійкості підприємства-суб’єкта зовнішньоекономічної діяльності

Складність управління підприємствами в умовах сучасних бізнес-процесів, мінливість середовища виробничо-господарської та зовнішньоекономічної діяльності, динамічність у процесах інновацій та науково-технічного прогресу, постійні виклики конкуренції, політично-фінансових змін, законодавчої недосконалості тощо вимагають від усіх, без винятку, суб’єктів господарювання замислитись над розробленням конкретного комплексу заходів, який би допоміг підприємству забезпечити стабільність його функціонування. Підірвати стабільність роботи звісно можуть кризи.

Оцінювати чи прогнозувати стійкість підприємства-суб’єкта зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану досить складно, оскільки фактично війна створює форс-мажорні обставини, які передбачають не тільки скорочення обсягів активної діяльності підприємства, але й можливу повну його зупинку і навіть безповоротну втрату майна чи ресурсів. Форс-мажорні обставини характеризуються непередбачуваністю та неможливістю прогнозування, що ускладнює процес аналітики. У таких умовах, експертам, аналітикам та управлінцям більш доцільно говорити про виживання, а не забезпечення стійкості бізнесу.

Однак, попри це, практика повномасштабної війни між Україною та росією в 2022 році показала, що військовий стан не завжди є кризою для бізнесу. Якщо

бути гнучким і швидко реагувати на ринкові зміни, тобто за грамотного управління підприємством, формується можливість продовжувати роботу бізнесу в умовах війни, створювати умови для збереження активів та ресурсів і навіть їх розвитку [12].

З необхідністю переформатувати бізнес зіткнулося близько 50% підприємств України [13], які в умовах війни були вимушені мігрувати в інші райони України, диверсифікувати повністю власну лінійку продукції та перейти до нових бізнес моделей, які передбачають зміну фінансової системи підприємства, формування нових видів грошових потоків тощо.

При дослідження процесів забезпечення фінансової стійкості підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності важлива роль надається методології, послідовності, інструментам фінансового аналізу, що досліджували такі автори: Готра В. В. [14], Денисенко М. П. [15], Ковтуненко Ю. В. [16], Марусяк Н. Л. [17], Попович Д. В. [18], Чемчикаленко Р. А. [19], Яцух О. О. [20].

Костенко Ю., Короленко О., Гузь М. [12] наголошують, що незважаючи на незмінність методології визначення ключових показників фінансової стійкості, трактування результатів аналізу передбачає деякі зміни. Це зумовлено виникненням кардинально нового стану підприємства, коли основною умовою роботи є забезпечення безпеки персоналу та клієнтів, формування платоспроможності та збереження персоналу [12], що представлено на рисунку 1.6.

Основна мета аналізу фінансової стійкості підприємства в умовах війни – забезпечення фінансової можливості його розвитку в непередбачуваних умовах [21].

Особливості трактування показників фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану за дослідженням Костенко Ю., Короленко О., Гузь М. [12] продемонстрованов таблиці 1.1.

Формування готівкових резервів передбачає суттєве збільшення показників абсолютної ліквідності [22]. Виникає необхідність формування

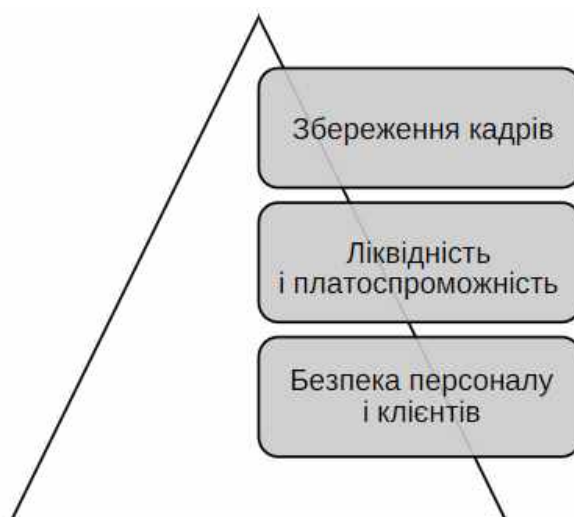


Рисунок 1.6 - Концептуальні основи роботи підприємства в умовах війни [12]

Таблиця 1.1 – Особливості трактування показників фінансової стійкості в умовах воєнного стану [12]

Показник	Нормативне значення	Нормативне значення в умовах війни
Коефіцієнт покриття	> 1	>1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>0,7	>1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	>0,7
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	> 0,5	>0,8
Оборотність активів	Відсутнє, позитивною є зростання показника в динаміці	Відсутнє, позитивною є не суттєве зменшення показника оборотності
Оборотність запасів	Відсутнє, позитивною є зростання показника в динаміці	Відсутнє, позитивним є суттєве зростання показника в порівнянні із довоєнним періодом
Рентабельність продукції	Відсутнє, чим вище значення – тим краще	Допускається робота на межі нульової рентабельності

фінансової подушки безпеки, яка дозволяє залишатися ліквідними та платоспроможними і при цьому акумулювати кошти для розвитку. Підприємству доцільно розвивати додаткові канали збуту [23]. Під час війни урядом було впроваджено низку заходів, які допомагають підприємствам вижити та розвиватися. Станом на 1 серпня 2022 року підприємства мали змогу отримати фінансову допомогу від іноземних держав та міжнародних організацій у розмірі 34 млрд дол. США. Така фінансова допомога надається у формі кредитів, кредитних гарантій та грантів. Найбільшу фінансову підтримку Україна отримала від Європейського союзу та США [24].

Таким чином можна зробити висновок, що в умовах неможливості використання зовнішніх фінансових ресурсів, фінансова стійкість та ліквідність підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності суттєво зростає, оскільки вони вимушені працювати за рахунок власних коштів.

У якості своєрідного «захисту» необхідно розробляти стратегію забезпечення економічної стабільності підприємства, щоб в перспективі уникати негативних впливів з боку фінансових криз, економічних ризиків, розбалансованості економічної, політичної, соціальної сфер тощо.

Комерційна діяльність підприємства на зовнішньому ринку безпосередньо пов'язана з різноманітними факторами, які можуть бути як внутрішніми так і зовнішніми. Фінансова стійкість підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю у більшій мірі залежить від факторів, які належать до зовнішнього середовища.

Використання даної послідовності планування фінансової стійкості підприємства повинно забезпечити стійкий розвиток підприємства, фінансування різних видів діяльності підприємства із зовнішніх та внутрішніх джерел, а також раціональне використання фінансових ресурсів.

На основі досліджень Мельник С.І. як приклад забезпечення фінансової стійкості підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю можна розглянути послідовність планування його фінансової стійкості [25], що наведено на рисунках 1.7, 1.8, 1.9.

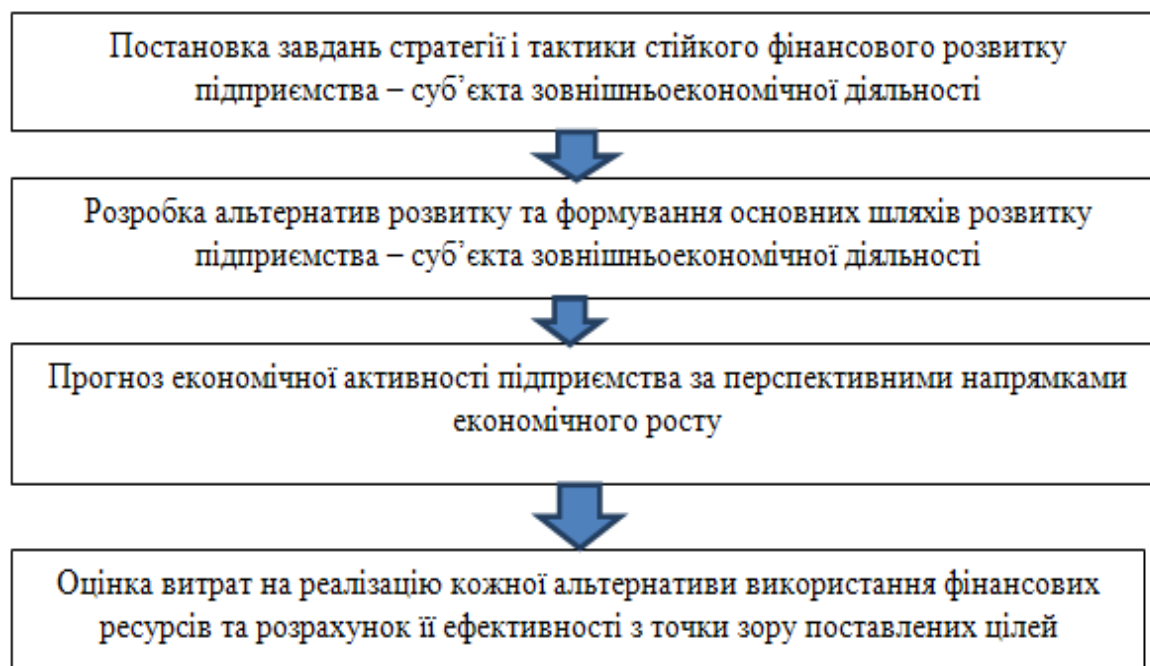


Рисунок 1.7 – Планування фінансового розвитку підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності [25]

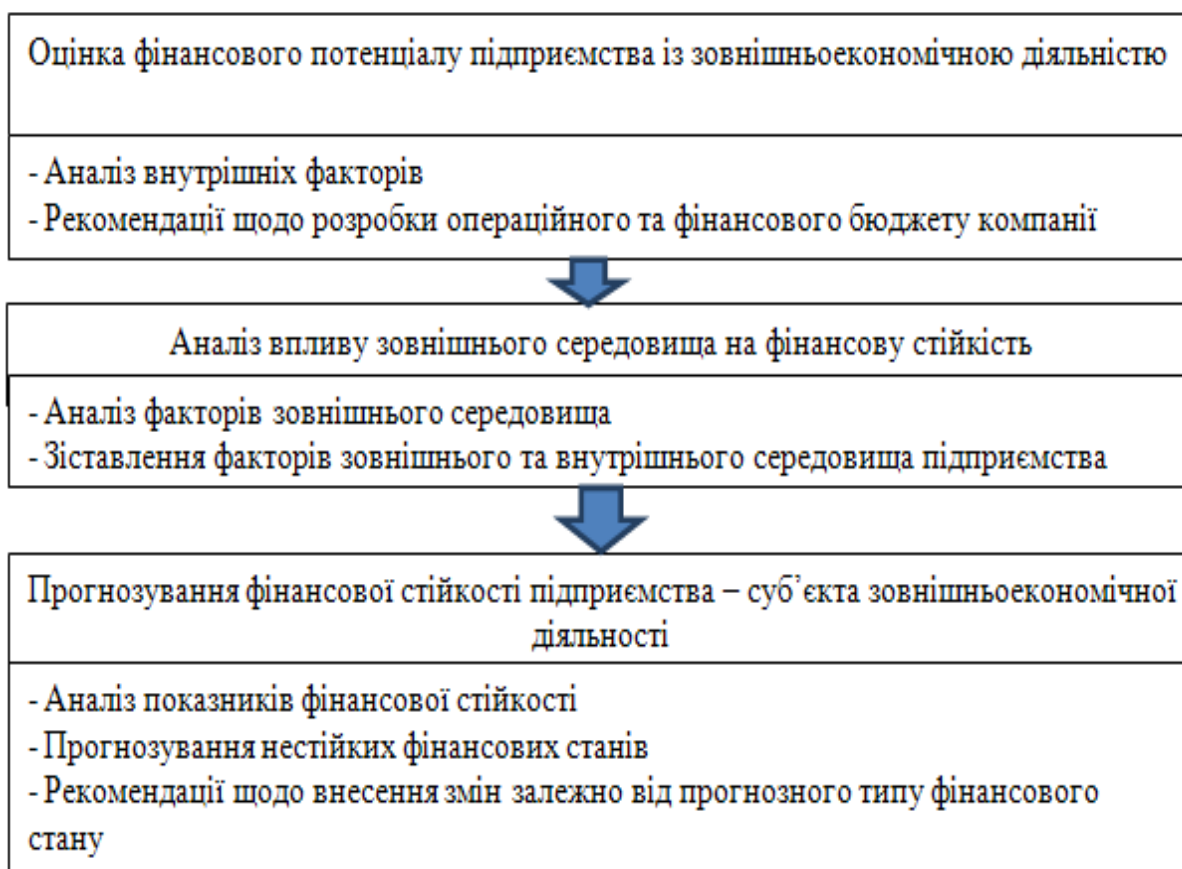


Рисунок 1.8 – Аналіз фінансової стійкості підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності [25]

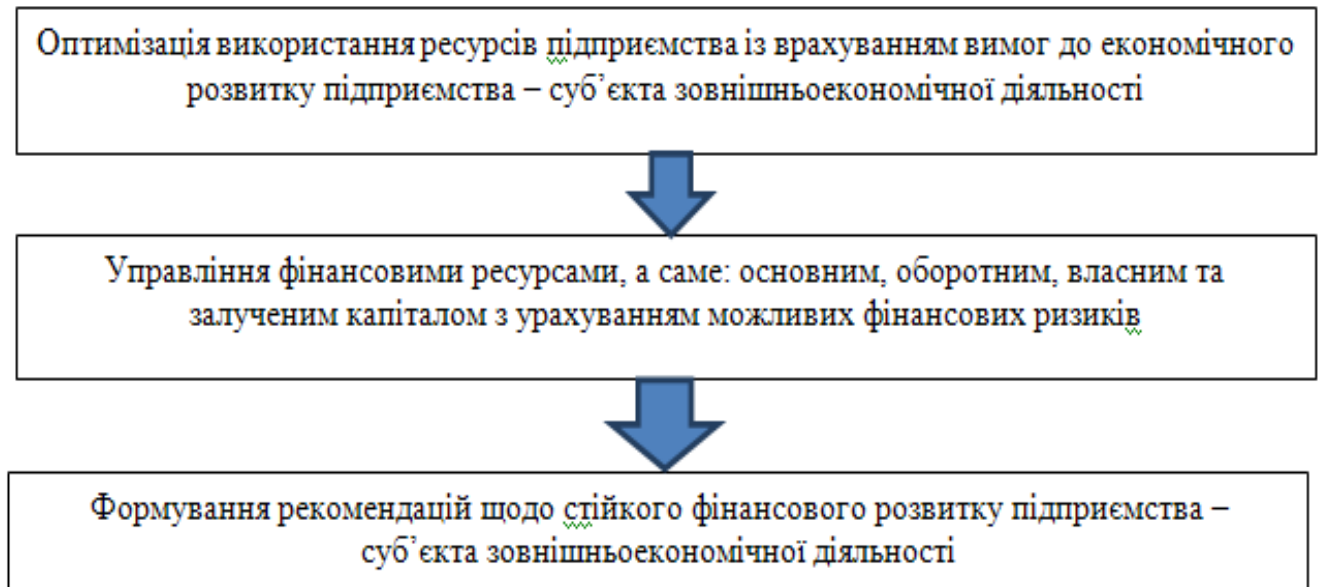


Рисунок 1.9 – Розробка рекомендацій для управління фінансовими ресурсами підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності [25]

Попри війну, українські підприємці змогли переконати своїх іноземних замовників в тому, що можуть і будуть продовжувати надавати свої послуги або ж виготовляти товари. Додатковим джерелом стійкості став коронавірус. Яким би стресом пандемія Covid-19 не була на початку, нині 58% підприємців зізнаються, що саме вона дала їм досвід швидкої адаптації до війни, адже вони вже знали, як діяти в непередбачуваних стресових ситуаціях і як втримати бізнес на плаву [26].

Бідюк М.А., Світличина І.А. показали, що Україна зараз є трендом у Європі, що відкриває для багатьох бізнесів можливість експорту. Хто із підприємців вбачає у цьому перспективи, їм слід прискорити процеси виходу на європейський ринок. Створені війною додаткові можливості розвитку добросовісного бізнесу полягають і в тому, що псевдоспеціалісти та компанії-одноденки не витримали кризи, пішли з ринку і звільнили місце [27].

Аналіз та оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності потрібно здійснювати у три етапи: підготовчий (визначення мети, постановка цілей та збір необхідної інформації), розрахунково-аналітичний (аналіз ринку, вибір та аналіз

показників окремо для експорту та імпорту підприємства), результативний (аналіз одержаних результатів, формування загальних висновків та пропозицій) відповідно Кривов'язюк І. В. та Тележинської Н. В. [28], представлено на рисунку 1.10.

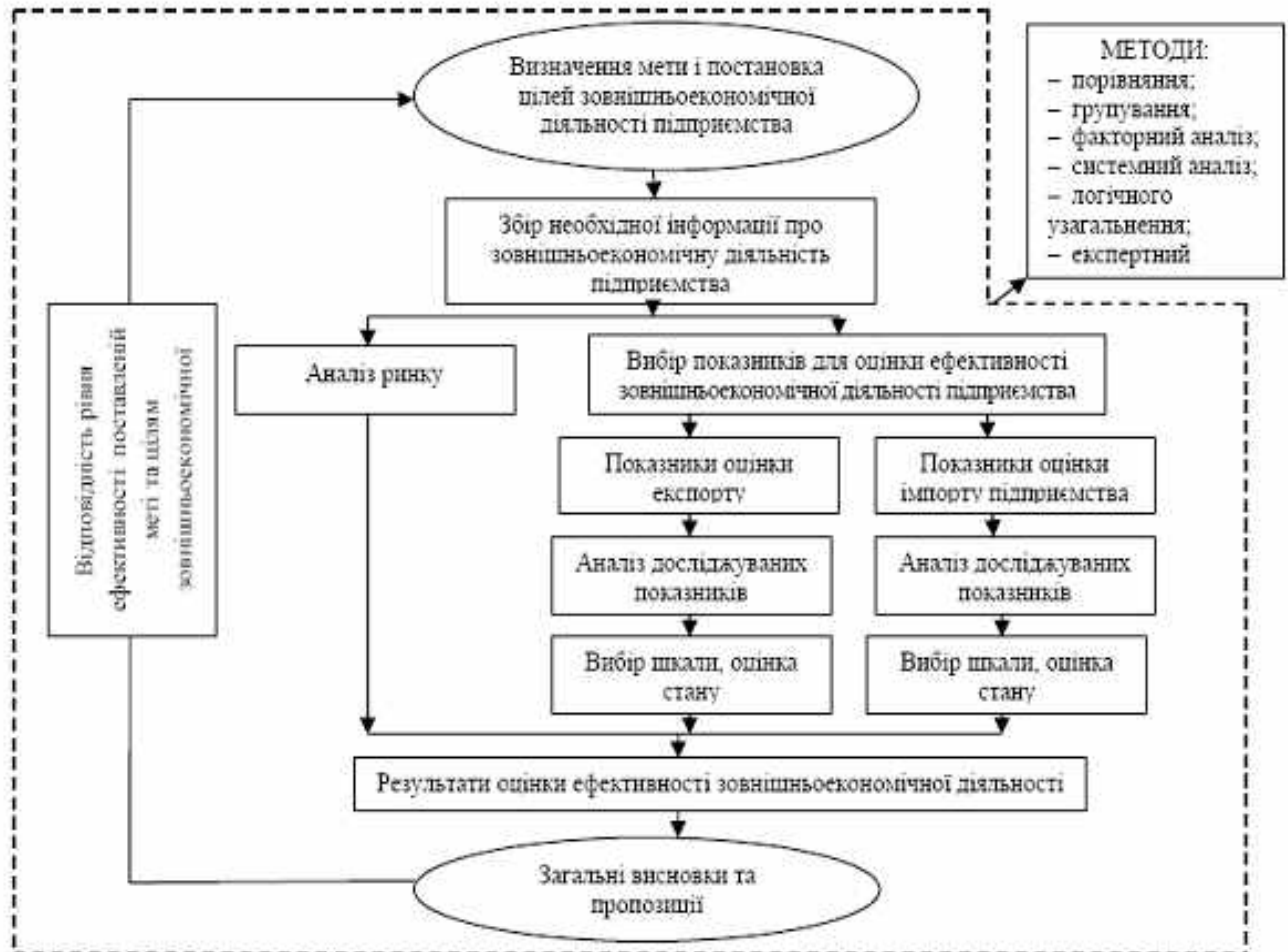


Рисунок 1.10 - Методика аналізу та оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [28]

Функціонування економіки України в умовах війни та воєнного стану загострюють питання забезпечення економічної стійкості підприємницьких структур. Адже, поряд з ракетними обстрілами, руйнуванням інфраструктури, релокацією підприємств, значною чисельністю біженців в інші країни та внутрішньо переміщених осіб, нікуди не поділись такі поняття, як жорстка конкуренція та наявність різноманітних ризиків, зазначають Верховій А., Крисоватий І. [29].

До чинників забезпечення економічної стійкості підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану відносяться диверсифікація виробництва, освоєння нових ринкових ніш і повна реалізація експортних можливостей, перегляд постачальників на фоні руйнування логістичних зв'язків та пошук нових джерел постачання ресурсів й можливостей їх економії, впровадження інновацій у виробництві та управлінні для ефективного використання фінансових ресурсів та успішної адаптації до воєнних шоків.

2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

2.1 Характеристика підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», продукції та технології виробництва

ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» є виробником сантехнічної кераміки, знаходиться в місті Славути, Хмельницька обл, вул. Козацька, 136 [30].

ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» - це сучасне підприємство, яке входить до групи компаній Geberit, що спеціалізується на виробництві сантехнічних товарів, з власнорозробленими технологіями виробництва та енергозбереження, з динамічним розвитком та впевненістю у своїх перспективах.

У Славуті у 1910 році була випущена перша партія сантехнічних виробів підприємством «Будфарфор», подальше виробництво якого мало вагоме значення для всієї країни. Це, у свою чергу, дозволило сформувати міцний кадровий та виробничий потенціал сучасного підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» [31].

При виробництві основа керамічної маси складається з однотипних за своєю природою глинистих матеріалів з домішками пегматиту та кварцового піску. Такий склад повинен був забезпечити високу міцність готового виробу, при менших енергетичних витратах на його спікання.

Творчість у процесі виробництва ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» стала його обов'язковою складовою. З безлічі запропонованих форм був обраний напрямок витонченого мінімалізму. Усі моделі ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» мають свій фірмовий стиль - обтічність форми, відсутність зайвих елементів рельєфу, блискуча рівна поверхня. Показник білизни поверхні досягає 95% еталону - це найвищий можливий показник для білої сантехніки. Такі моделі є найбільш практичними та легкими у прибиранні, а додаткові складові, такі як система душового змиву по

заглазурованому каналу, антибактеріальне покриття сидінь, «розумна» система подавання та зливу води забезпечують найвищі у своєму класі гігієнічні властивості [31].

Якісна продукція створюється лише з якісної сировини - це непорушний принцип, якого дотримується підприємство ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», починаючи контроль якості заздалегідь до того, як сировина надійде у виробництво.

Для виготовлення керамічної ливарної маси (шлікеру) використовуються екологічно чисті глини та каоліни місцевих родовищ, польовий шпат, кварцовий пісок та інші компоненти. Уся сировина проходить обов'язковий радіаційний контроль, контроль якості та відповідності нормативам, а також структурний лабораторний аналіз складу речовин.

Для приготування ливарної маси за спеціалізованою рецептурою, що розроблена на підприємстві, сировина подрібнюється, проходить ситове та магнітне збагачення, перемішується з водним розчином. Відповідно до технології виробництва, ливарна маса виливається у окремі гіпсові форми. Гіпс, завдяки своїм адсорбуючим властивостям, вбирає в себе частину вологи, формуючи всередині форми пластичний напівфабрикат. Гіпсові форми для лиття продукції виготовляються на окремій ділянці підприємства. Також тут створюються тестові різновиди нових моделей сантехніки, які у майбутньому будуть запущені у виробництво [31].

Підприємство постійно оновлює свій модельний ряд, тому одночасно в розробці, тестуванні та перевірці знаходяться декілька дослідних зразків у кожній категорії продукції. У масове виробництво потрапляють лише найкращі моделі, які максимально відповідають вимогам споживача та пройшли всі випробування якісних та фізико-механічних характеристик.

Використання гіпсових форм є традиційною технологією виготовлення кераміки. Найбільшою перевагою цього методу є можливість швидкої та економічної ротації асортименту продукції у разі зміни попиту на неї або запуску у виробництво нових моделей. Крім того, така технологія дозволяє швидко та

якісно виготовляти окремі партії продукції на замовлення клієнтів, за наданими зразками або ескізами.

На ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» було досліджено та запропоновано оптимальний склад ливарної маси і розроблена технологія його виробництва, які дозволяють із місцевої сировини отримувати продукцію, технічні характеристики якої втричі кращі за стандартні норми міцності і вдвічі - за норми водопоглинання [31].

Лиття керамічної маси здійснюється на ливарній дільниці заводу, на механізованих стендах.

Завдяки глазуруванню готові вироби набувають своєї сяючої білизни та рівної гладенької поверхні. Перед нанесенням глазури поверхню кожного напівфабрикату ретельно затирають, вирівнюючи дрібні недоліки, і підсушують гарячим повітрям. Після сушіння напівфабрикати знову проходять ручну обробку поверхні і передаються на глазурування.

На ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» глазурування - це один з найважливіших процесів, який не довіряють роботам. Для того, щоб повністю заглазурувати робочу поверхню сантехніки, глазурний розчин наноситься вручну, за допомогою спеціальних розпилювачів. Особлива увага приділяється глазуруванню внутрішньої поверхні душового каналу унітазів, для забезпечення їх повної гігієнічності.

Напівфабрикати з нанесеним глазурним розчином випалюються у тунельній газовій печі безперервної дії. Під час випалу напівфабрикати повільно нагріваються до 1230 °С, а потім поступово охолоджуються. Під дією температури компоненти розплавляються, утворюючи міцну кристалічну структуру, перетворюючи ливарну масу на фарфор, а глазурний розчин на скло.

Якість продукції відповідає діючим в Україні стандартам. Дотримання вказаних стандартів гарантує, що монтажні розміри, кути нахилу зливних отворів, механізми кріплення та підключення відповідають нормативам, згідно з якими будуються ванні кімнати та каналізація у житлових будинках і громадських приміщеннях [31].

Інші тести, які проходить продукція (на однорідність і білизну глазурі, відсутність дефектів поверхні, механічну міцність, водопоглинання) є набагато суворішими від діючих вітчизняних стандартів, і відповідають європейським нормативам якості. Система управління якістю на підприємстві відповідає вимогам ISO 9001:2014 (ISO 9001:2013) [31].

Завдяки спорудженню нового логістичного центру на 65 робочих місць компанії вдалося значно розширити можливості зберігання готової керамічної продукції, а модернізація процесів дозволила оптимізувати сортування, маркування та відправку продукції.

Сталий і послідовний розвиток завжди був пріоритетом для компанії Geberit і є частиною її самоідентифікації. Велике значення надається забезпеченню балансу між екологією, економікою та соціальними питаннями [31].

2.2 Дослідження ринку сантехніки

Традиційно під сантехнікою розуміють вироби, призначені для вбиралень і ванних кімнат. Сюди відносяться не лише безпосередньо ванни, раковини, крани, умивальники, мийки та унітази, а й джакузі, душові кабінки, змішувачі, біде та інші аксесуари [32].

Ринок сантехніки сегментований за матеріалом (кераміка, пластик та інші матеріали), за типом (унітаз, умивальник, п'єдестал, бачок та інші типи), по застосуванню (кухні та ванні кімнати), за кінцевим користувачем (житло та комерційне використання) та за географією (Північна Америка, Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Латинська Америка, Близький Схід та Африка) [33].

Світовий ринок сантехніки зростає разом із збільшенням проєктів будівництва житлових, комерційних та інфраструктурних об'єктів. Зростаюча стурбованість клієнтів щодо особистої гігієни спонукає ключових виробників ринку зосередитися на способах диференціації пропонованих ними продуктів,

щоб залучити більше клієнтів та збільшити свою частку на ринку. Для забезпечення безпекової санітарії ринок займає також нішеві сегменти. Згідно зі статистичними даними ВООЗ (Всесвітньої організації охорони здоров'я), більше половини населення світу не мають доступу до безпечних санітарних умов, і не менше 2 мільярдів людей використовують джерело питної води, забруднене фекаліями, тому за участі неурядових організацій разом із ВООЗ та Світовим банком проводяться кампанії та будуються туалети у сільських та слаборозвинених територіях [33].

На ринку імпорту сантехніки (див. рис. 2.1), після падіння у 2014 році та 2015 рр., спостерігалось поступове збільшення обсягів в 2016-2019 рр. Зростання імпорту сантехніки в Україну в 2016 році склало 23%, в 2017 році дорівнювало 2,8%, у 2018 році становило 20,8%, у 2019 році збільшення продовжилося і становило 11,1%, або 238,85 млн. дол. За 2020 - 2022 рр. знову імпорт зменшувався, загальне зменшення більш ніж 2 рази. За результатами першого півріччя 2023 року прогнозовано, що зростання можливо до 80%, в порівнянні з 2022 роком [33].

За 2018 - 2022 рр. імпорт пластикових ванн і душових кабін не перетерпів значних змін, зменшившись на 2%, найбільшого зростання зазнала така продукція: змішувачі та душові панелі - від 24% у 2018 році до 31% у 2022 році, зростання сантехнічного фаянсу - з 24% у 2018 році до 30% у 2022 році (рис. 2.2).

Основну частку імпорту у 2022 році складають пластикові ванни, сантехнічний фаянс, змішувачі та душові панелі. Загальна частка цих трьох груп становить 95% імпорту сантехніки. Решта 5% припадають на меблі для ванних кімнат і аксесуари [34].

Розглянемо найбільші країни-постачальники сантехніки (див. рис.2.3). Список ТОП-3 рейтингу країн-імпортерів сантехніки в Україну - Китай, Польща і Німеччина, залишається незмінним протягом останніх трьох років. Загальна частка цих країн в 2022 році склала 69%. Далі йдуть Естонія, Італія, Чехія, Туреччина, Словаччина. Доля Китаю знизилася майже на 10%. У 2022 році Китай

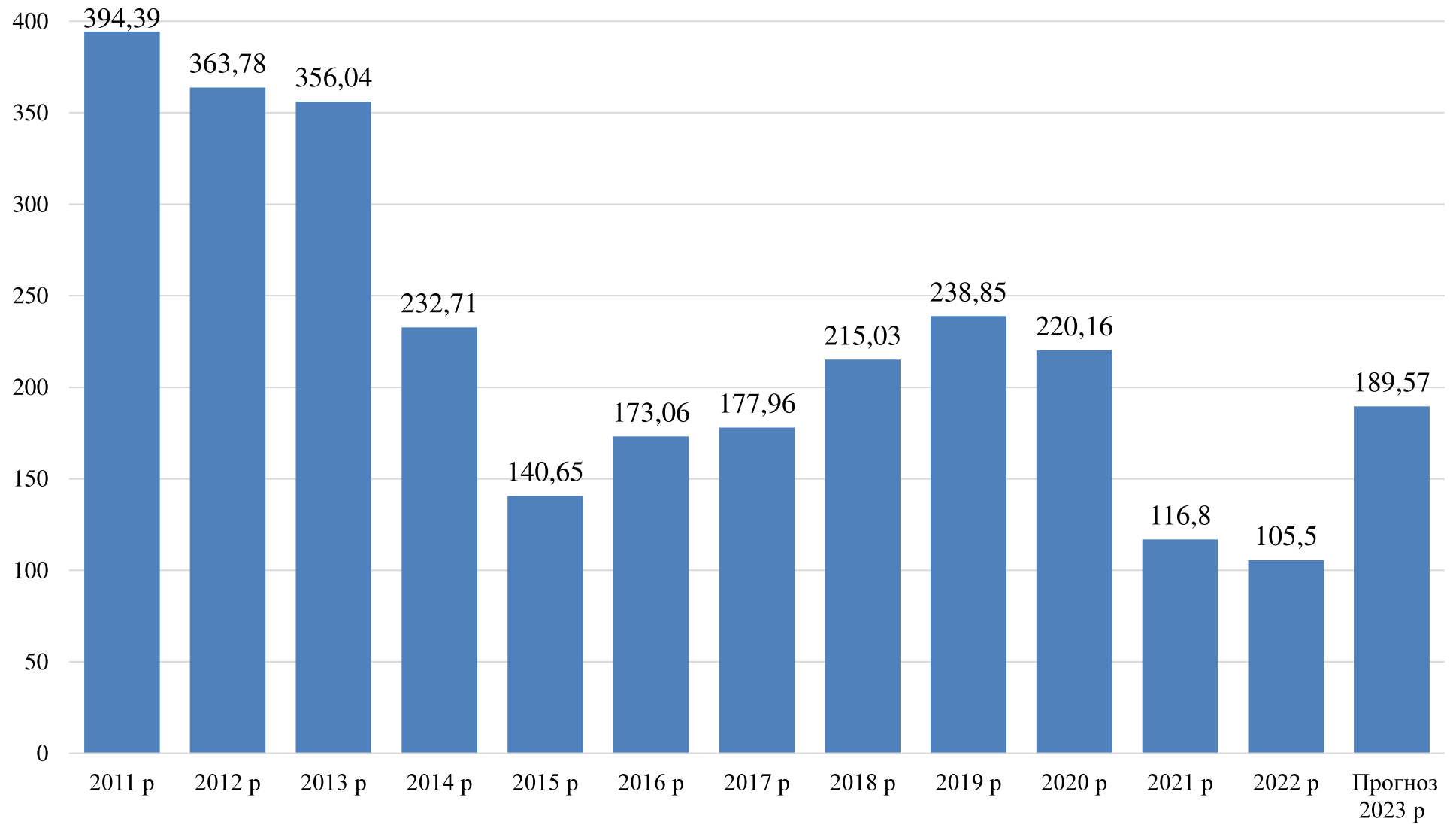


Рисунок 2.1 – Динаміка імпорту сантехніки в Україну, млн. дол. США

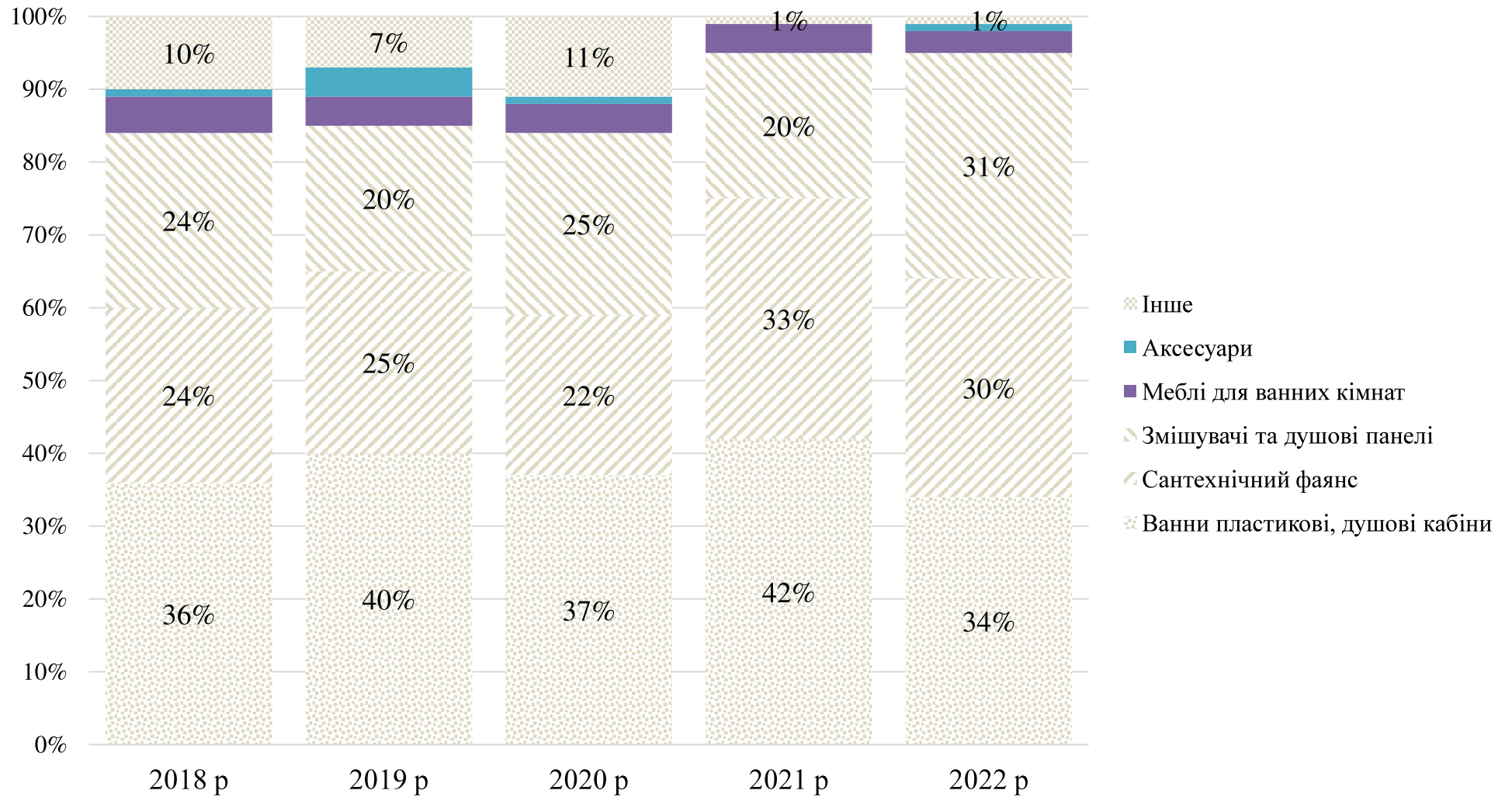


Рисунок 2.2 – Динаміка імпорту сантехніки в Україну

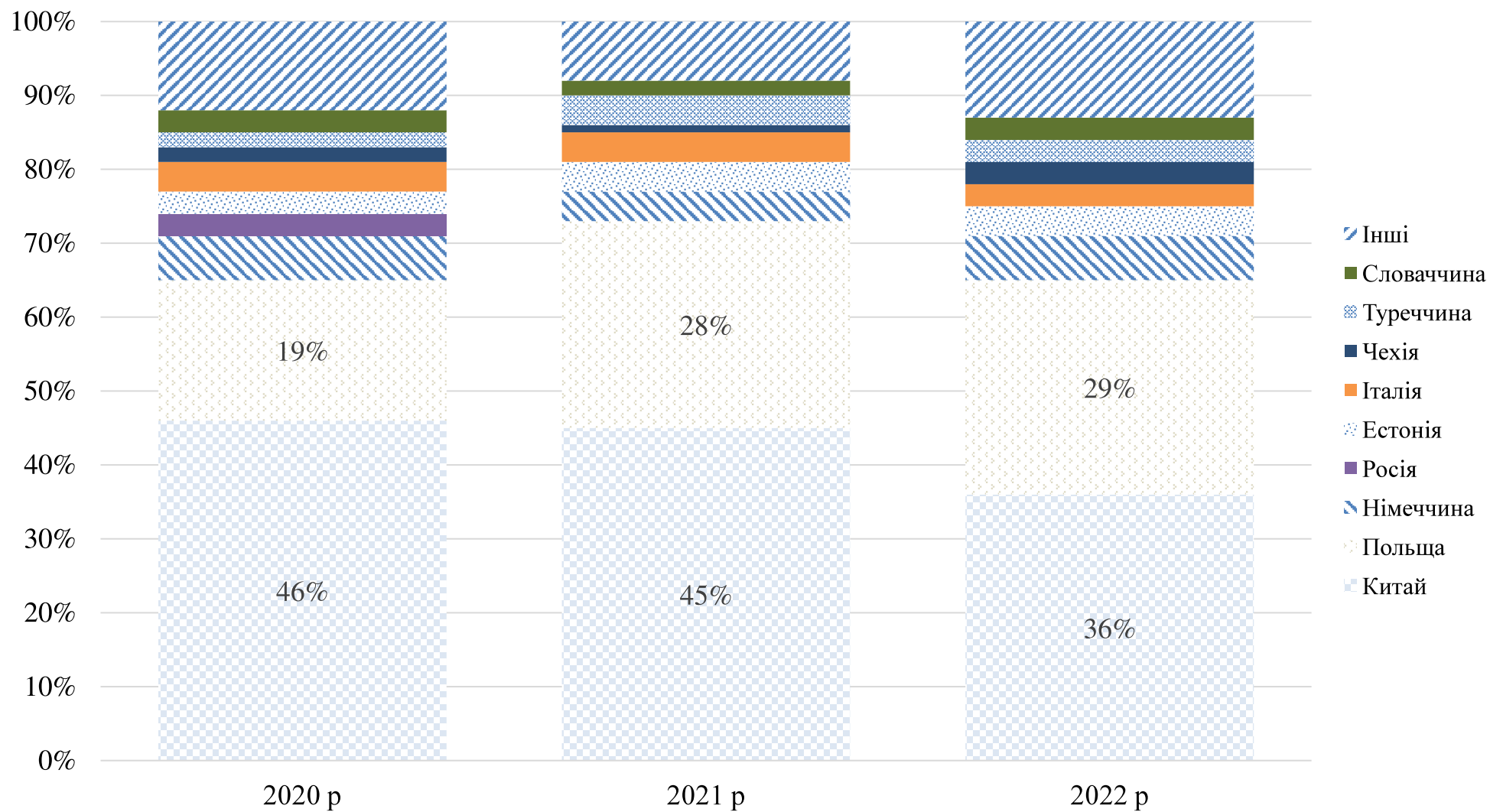


Рисунок 2.3 – Динаміка за країнами-імпортерами сантехніки в Україну

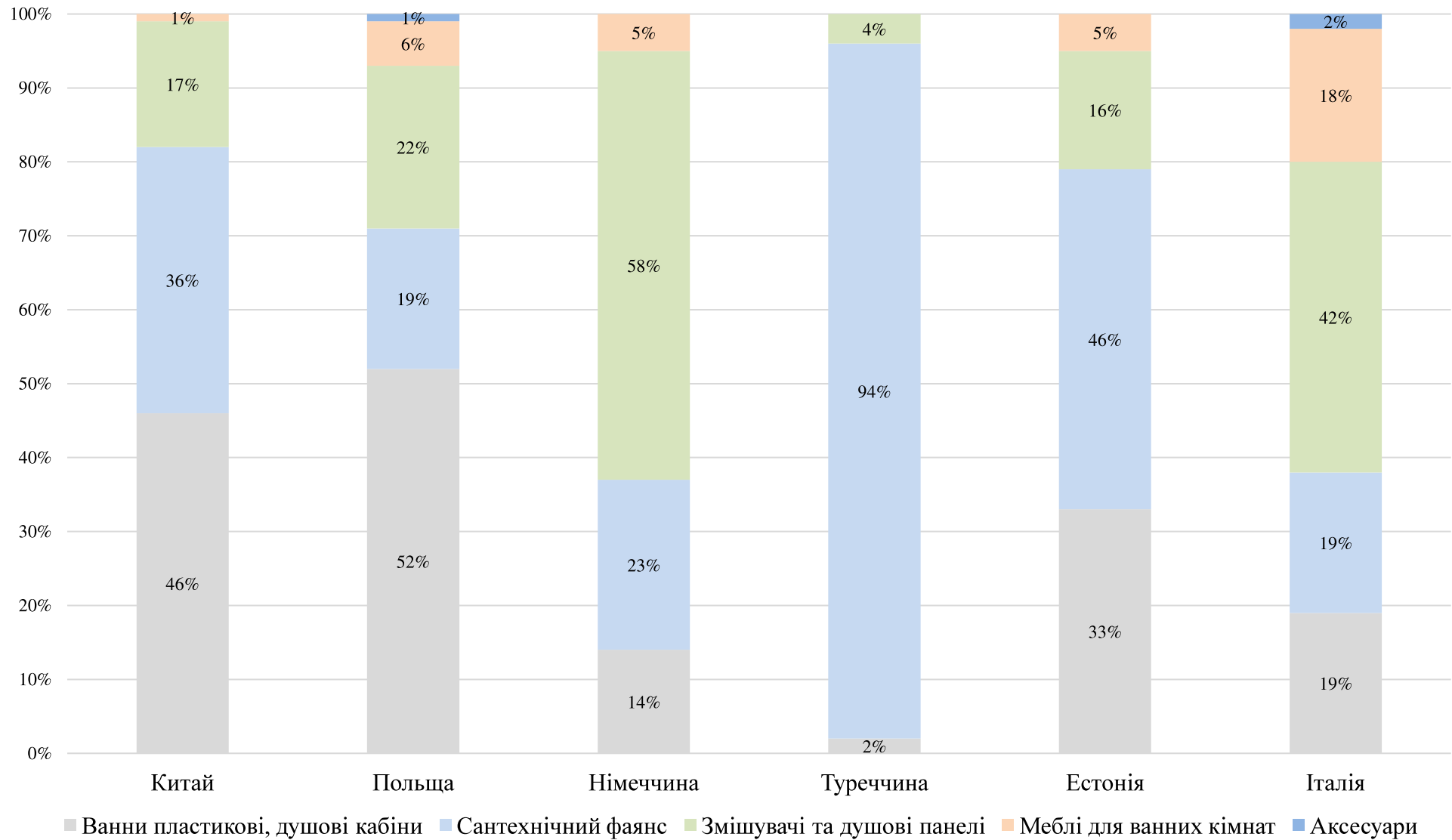


Рисунок 2.4 – Структура імпорту сантехніки по країнах в 2022 р.

має частку – 36% [33].

Польща наростила свою долю до 27% у 2022 році і в порівнянні з 2020 роком, зростання становило 10% [35, 36].

Ринок імпортової сантехніки в регіональному розрізі концентрований, ТОП-10 країн-імпортерів ввозять 90% продукції. Кожна країна-імпортер має свою «спеціалізацію» (див. рис. 2.4). Почнемо розгляд з Китаю. Доля групи пластикові ванни і душові кабінки займають в імпорті Китаю 46%, друге місце займає група сантехнічний фаянс – 36%, третю сходинку зі значенням 17% займає група змішувачів та душові панелі, 1% - меблі для ванних кімнат. Більша частка імпорту Польщі це - пластикові ванни і душові кабінки – 52%, змішувачі та душові панелі – 22%, сантехнічний фаянс – 19%, меблі для ванних кімнат – 6%, аксесуари – 1%. Більша частка імпорту Німеччини це - змішувачі та душові панелі – 58%, сантехнічний фаянс – 23%, пластикові ванни і душові кабінки – 14%, меблі для ванних кімнат – 5%. Більша частка імпорту Туреччини це - сантехнічний фаянс – 94%, змішувачі та душові панелі – 4%, пластикові ванни і душові кабінки – 2% [33].

Тепер перейдемо до розгляду груп по структурі країн-імпортерів (див. рис. 2.5). У 2022 році доля Китаю, в структурі постачання пластикових ванн і душових кабін – 49%, на другому місці Польща – 33% [33, 35,36].

На рисунку 2.6 зображена структура групи - сантехнічний фаянс. Лідером у 2022 році є Китай, його доля дорівнює 48%. Польща займає друге місце із значенням 15%, на третьому місці Туреччина – 11%, Болгарія має частку – 6%, Естонія – 5% [33].

Тепер перейдемо до розгляду груп змішувачі та душові панелі (див. рис 2.7). У 2022 році доля Китаю – 39%, на другому місці Польща – 28%, Німеччина посідає третє місце – 13%, Італія – 8% [33].

На рисунку 2.8 зображена структура групи - меблі для ванних кімнат. Лідером є Польща, її доля дорівнює 47%. Італія займає друге місце із значенням 16%, на третьому місці Китай – 8%, Німеччина має частку – 6% [33,35,36].

Розглянемо найбільших постачальників сантехніки за кордоном.

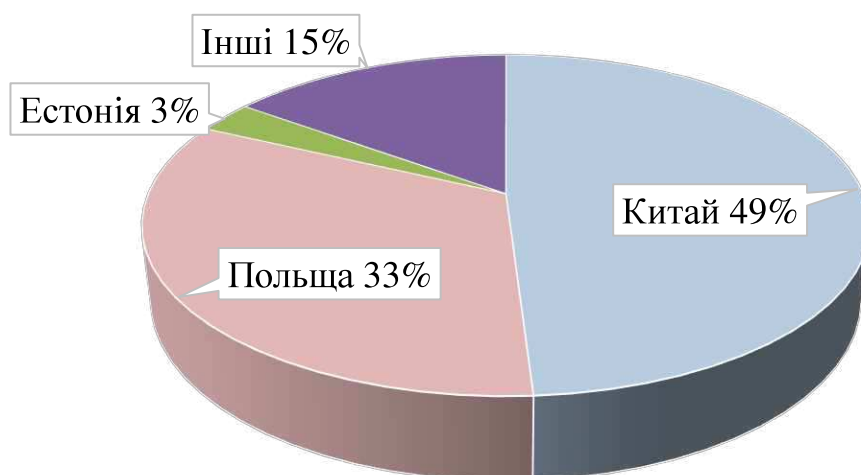


Рисунок 2.5 – Пластикові ванни і душові кабінки: структура імпорту по країнах

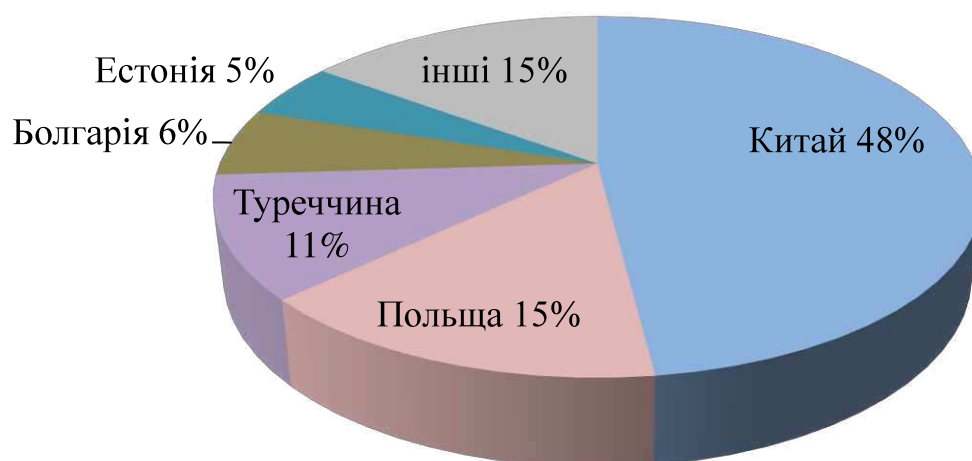


Рисунок 2.6 – Сантехнічний фаянс: структура імпорту по країнах

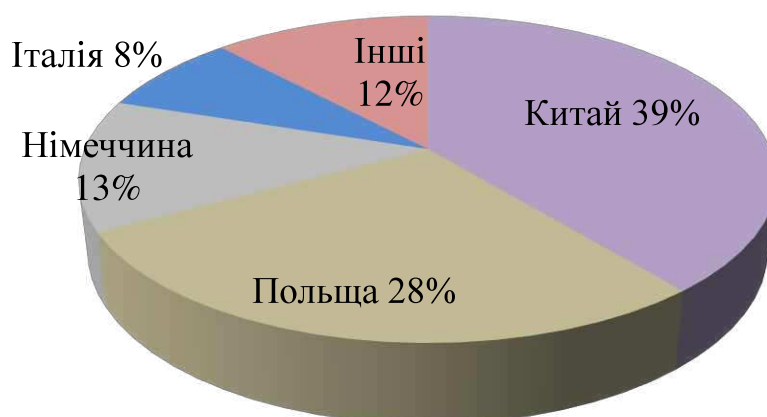


Рисунок 2.7 – Змішувачі та душові панелі: структура імпорту по країнах

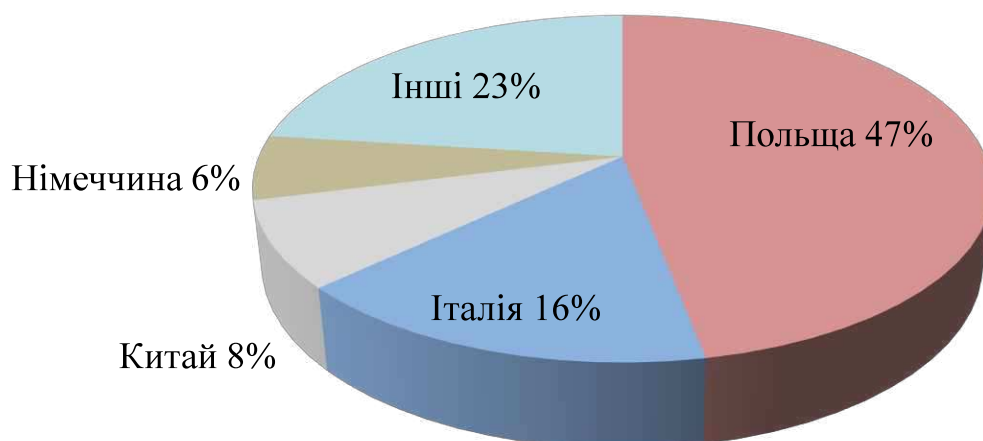


Рисунок 2.8 – Меблі для ванних кімнат: структура імпорту по країнах

У 2022 році значно зросло число компаній, що постачають сантехніку в Україну з Китаю. Всього зареєстровано більше 400 компаній-постачальників (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – ТОП постачальників з Китаю

Назва	Частка імпорту з Китаю
CRW SHOWER EQUIPMENT CO LTD	4 %
HANGZHOU TIANMEI INDUSTRY CO.,LTD.	3 %
ZHEJIANG SHIMEIJIA SANITARY WARE INDUSTRY CO.,LTD.	3 %
ZHEJIANG YIZHONGWANGCHENG SANITARYWARE CO.,LTD	3 %
ZHEJIANG JIUHUAN SANITARY WARE CO.,LTD.	3 %
JIAXING SELAK SANITARY WARES TECHNOLOGY CO., LTD	2 %
ZHEJIANG PINGHU FOREIGN TRADE CO.,LTD	2 %
FOSHAN KORRA BATH WARE CO.,LTD	1 %
WENZHOU CEREALS OILS & FOODSTUFFS FOREIGN TRADE CORP	1 %
TANGSHAN HUIDA CERAMIC GROUP IMPORT AND EXPORT CO.,LTD	1 %
JIAXING LAYO IMPORT & EXPORT GROUP CO.,LTD	1 %
OCEAN BRIGHT LOGISTICS LIMITED	1 %
PINGHU TICO SANITARY WARE Co.LTD	1 %
Інші (418 імпортерів)	74 %

З польських постачальників найбільш відома компанія CERSANIT, яка має частку 21% (див. табл. 2.2). Загальна кількість імпортерів з Польщі - 56 компаній. В таблиці 2.3 представлено ТОП постачальників з Німеччини. Два перших лідера поставляє близько половини імпорту сантехніки з Німеччини. На першому місці компанія HANSGROHE AG, частка склала 30% [35,36].

Таблиця 2.2 – ТОП постачальників з Польщі

Назва	Частка імпорту з Польщі
CERSANIT S.A.	21 %
RUCKLAND INDUSTRIES CO. INC.	7 %
FERRO S.A.	6 %
PORAY F.U.	6 %
ARMATURA KRAKOW S.A.	6 %
RADAWAY Sp.z.o.o.	6 %
Deante Antczak Sp. J.	5 %
JURMIR	5 %
Інші (48 імпортерів)	38 %

Таблиця 2.3 – ТОП постачальників з Німеччини

Назва	Частка імпорту з Німеччини
HANSGROHE AG	30 %
Trade International Logistics	19 %
VILLEROY & BOCH	14 %
DHL Global Forwarding GmbH	14 %
Schenker Deutschland AG	12 %
Інші (43 імпортера)	11 %

У Туреччині зафіксовано 60 компаній, що здійснюють поставки сантехніки в Україну. Лідерами є компанії TRANSATLANTIK TURIZM TEKSTIL SANAYI VE DIS TIC. і FIRAT YAPI GERECLERI PAZ.SAN. ve TIC. LTD., які поставляють по 17% обсягу сантехніки кожна. Топ 10 лідерів здійснює більше 70% поставок (див. табл. 2.4). Всього 8 естонських компаній займаються поставками сантехніки в Україну (див. табл. 2.5). Лідером є компанія OU Solifinance, яка контролює 50% поставок. Стосовно Італії - трійка лідерів контролює тільки 27% імпорту, поставками сантехніки в Україну займаються близько 88 компаній (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.4 – ТОП постачальників з Туреччини

Назва	Частка імпорту з Туреччини
TRANSATLANTIK TURIZM TEKSTIL SANAYI VE DIS TIC.	17 %
FIRAT YAPI GERECLERI PAZ.SAN.ve TIC. LTD.	17 %
EKOM ECZACIBASI DIS TICARET A.S.	8 %
VORNE PENCERE KAPI SISTEMLERI PAZARLAMA DIS TIC. LTD. STI.	8 %
MATEKS PENYE KUMAS TEKS. SAN DIS TIC LTD STI.	5 %
SAGLAMLAR ORMAN TARIM URUNLERI SANAYI VE TICARET A.C.	5 %
OZKARDESLER METAL PLASTIK MOBIYA AKS.PAZ.LTD.STI.	3 %
Dogus Alarko YDA INSAAT ADI ORTAKLIGI	3 %
IPEKYOLU YAPI MALZEMELERI VE ELEKTRO SAN. TIC.LTD.STI.	3 %
REFORM INSAAT TURIZM ITH. VE IHT. LTD STI.	2 %
PANSA PANEL RADYATOR SAN. TICARE LTD.STI	2 %
ELEKS DIS TICARET A.S	2 %
RUCKLAND INDUSTRIES CO. INC.	2 %
Інші (47 імпортерів)	23 %

Таблиця 2.5 – ТОП постачальників з Естонії

Назва	Частка імпорту з Естонії
OU Solifinance	50 %
ALFEY SOLUTIONS OU	32 %
AS BALTECO	8 %
DHL Estonia AS DHL	6 %
ORAS OY	3,9 %
Інші (3 імпортера)	0,1 %

Таблиця 2.6 – ТОП постачальників з Італії

Назва	Частка імпорту з Італії
Effe Erre SRL	10,3 %
Emmeci Gorizia SRL	8,5 %
Gessi S.P.A.	7,8 %
Carlo Nobili S.P.A.	5,8 %
Klapton SRL	5,3 %
BUDGET INTERIOR SOLUTIONS LTD	3,8 %
SANITEC LLC	3,4 %
FORTUNA ASSOCIATION LIMITED	2,7 %
REGENSBERGER INNENAUSBAU SRL	2,7 %
INTERNA CONTRACT S.P.A.	2,6 %
T.S.L. SRL	2,6 %
Tergesteia Transport Branch SRL	2,5 %
Інші (76 імпортерів)	42,0 %

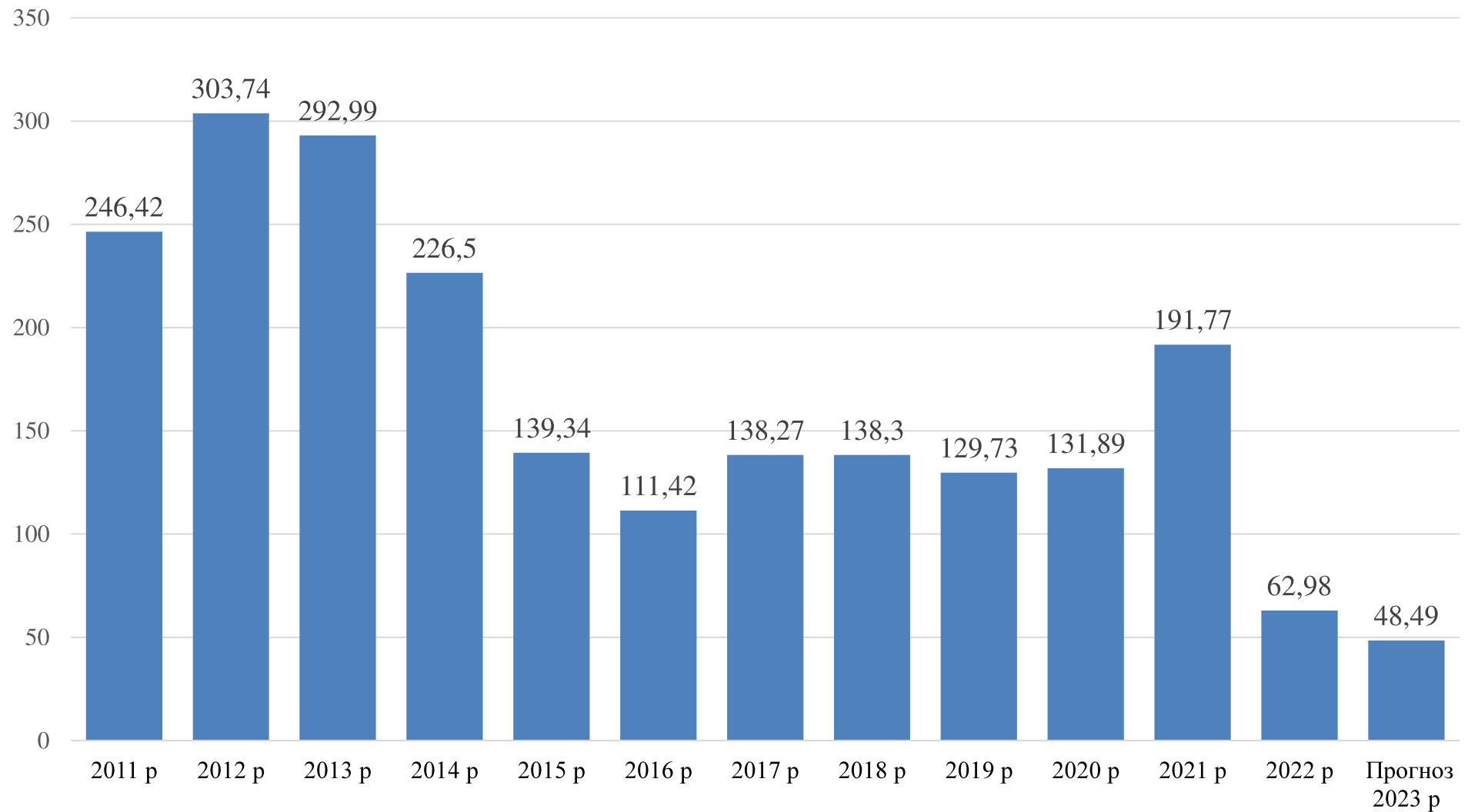


Рисунок 2.9 – Динаміка експорту сантехніки, млн. дол. США

Починаючи з 2012 року експорт постійно зменшувався до 2016 року, загальне падіння за цей період становило 3 рази. У 2017 році експорт зріс на 24% і до 2020 року коливався не суттєво. У 2021 році експорт зріс до 192 млн.грн. У 2022 році відбулося різке падіння в 3 рази. На базі отриманих даних за перше півріччя 2023 року прогнозовано що експорт становитиме 48,49 млн.грн. (див. рис. 2.9) [33].

Якщо розглядати структурні зміни експорту сантехніки (див. рис 2.10), треба відмітити зниження частки лідера, групи меблі для ванних кімнат, з 2018 року по 2022 рік зниження дорівнює 14%. У 2022 році меблі для ванних кімнат займають в структурі експорту 65%. На другому місці знаходиться лідер по зростанню – сантехнічний фаянс. У 2018 році доля в експорті, яку мала ця група – лише 1%, у 2022 році це вже 24%. На третьому місці знаходиться група ванни пластикові і душові кабінки - у 2022 році доля в експорті 7%, зменшення до 2018 роком 11% [33].

Також для дослідженню ринку сантехніки використано джерела [37-42].

Стосовно світового ринку керамічної сантехніки, то очікується, що спостерігатиметься сильне зростання, зумовлене такими факторами, як підвищення рівня життя, підвищення рівня доходів та підвищення поінформованості людей про санітарію та гігієну, а також підвищення готовності споживачів витратити більше на санітарно-технічні вироби [42].

Кінцеві користувачі віддають перевагу керамічним санітарно-технічним виробам через їх довговічність, високу міцність, низькі вимоги до обслуговування та більш високу стійкість до умов навколишнього середовища. Це спричинило збільшення попиту на санітарно-технічні вироби у різних секторах, таких як житлові будинки, готелі, промислові підприємства, лікарні та інші громадські місця. Існує також зростання схильності споживачів до розкішних житлових приміщень, що збільшує попит на керамічну сантехніку. Споживачі прагнуть використовувати довговічну та дизайнерську керамічну сантехніку, оскільки вона надає комплексу естетичної цінності та відчуття розкоші. Ці чинники сприяють подальшому зростанню ринку [42].

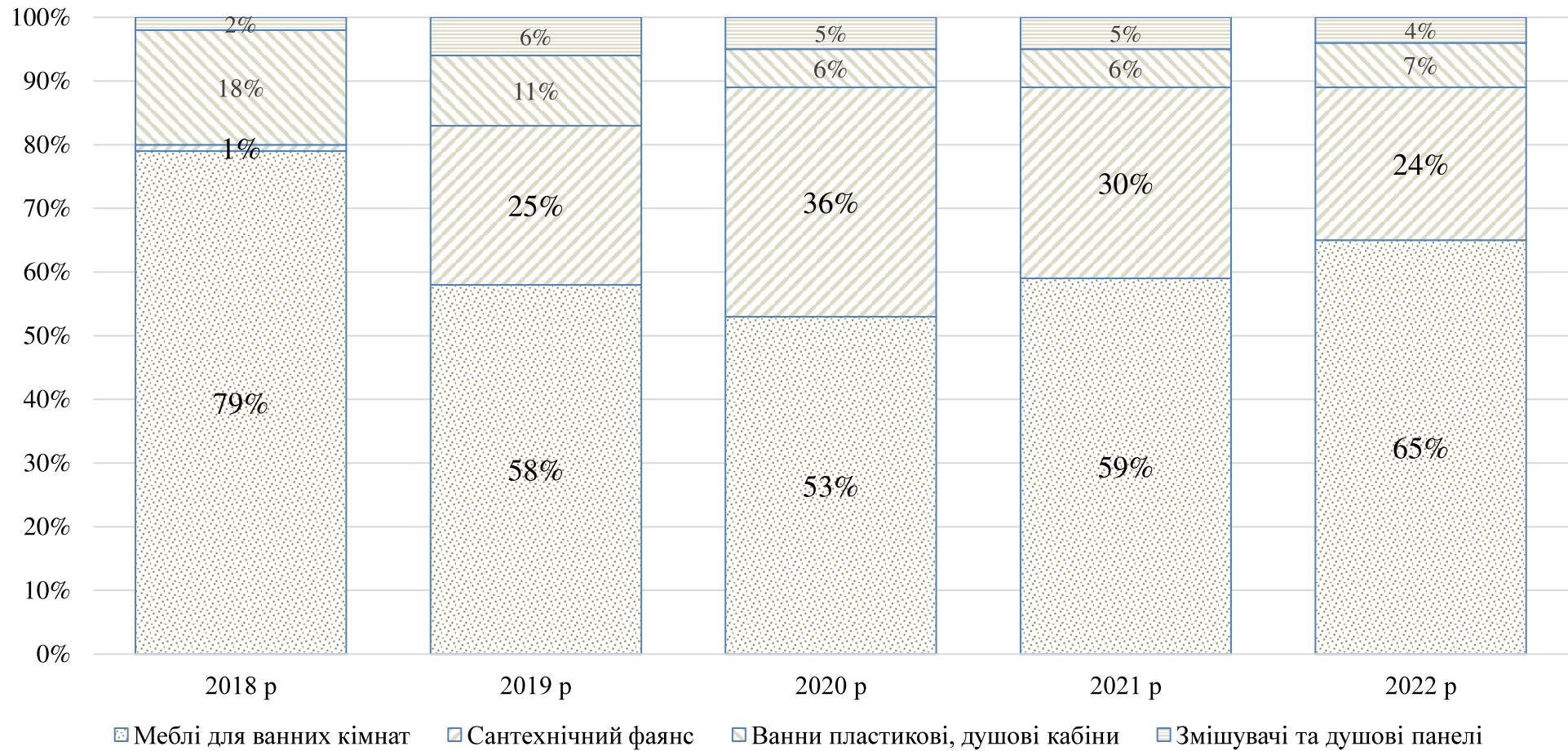
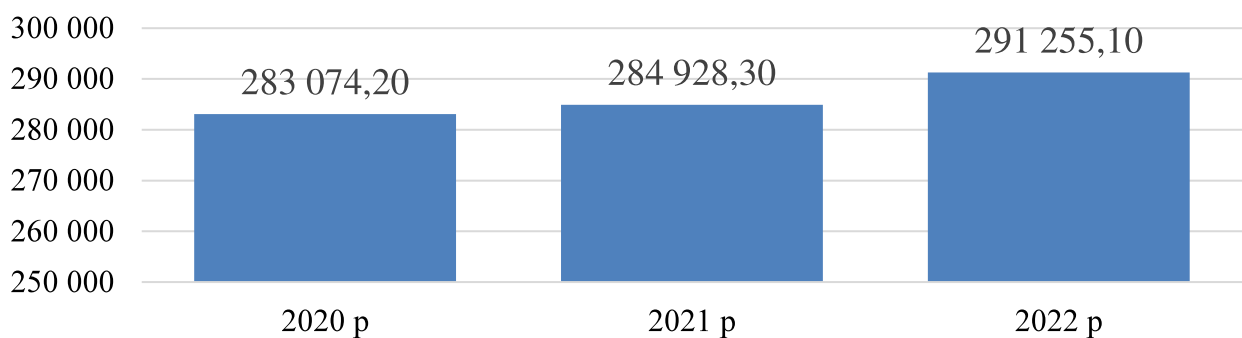


Рисунок 2.10 – Структура експорту сантехніки із України

2.3 Аналіз фінансових показників діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Основні показники діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» за 2020 – 2022 роки представлені у таблиці 2.7. Аналіз бухгалтерської звітності здійснено за методикою, що розглянута в літературі [12,43,45].

Аналіз основних показників діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» почнемо з дослідження чистого доходу підприємства, динаміка представлена на рисунку 2.11, він зростає протягом досліджуваного періоду У 2022 році цей показник дорівнював 291255,1 тис. грн. в порівнянні з 2021 роком зростання становило 2%.



Динаміка чистого доходу підприємства
ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Розглянемо динаміку собівартості за 2020-2022 роки (рис. 2.12). Собівартість реалізованої продукції у 2022 році показала найбільше значення 231082,7 і зросла на майже 5% від показника 2021 року.

Розглядаючи динаміку валового та чистого прибутку підприємства (рис. 2.13), ми бачимо, що станом на 2021 рік показники валового та чистого прибутку склали 63956,90 тис. грн і 48259,10 тис. грн відповідно. Валовий прибуток зріс в порівнянні з 2020 роком на 1,29 %, чистий прибуток на 5,4%. У 2022 році обидва показники показали незначне зменшення на 6% і 2% і становили 60172,40 тис. грн та 47309,12 тис. грн. відповідно.

Таблиця 2.7 – Показники діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

№ п/п	Показники	Роки			Відхилення			
		2020	2021	2022	2021 р. до 2020 р.		2022 р. до 2021 р.	
					Абсол., +/-	Відн., %	Абсол., +/-	Відн., %
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг, тис. грн.	283 074,2	284 928,3	291 255,1	1854,10	100,65	6326,80	102,22
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) , тис. грн.	219 932,1	220 971,4	231 082,7	1039,30	100,47	10111,30	104,58
3	Валовий прибуток, тис. грн.	63 142,1	63 956,9	60 172,4	814,80	101,29	-3784,50	94,08
4	Чистий прибуток, тис. грн.	45 786,7	48 259,1	47 309,12	2472,40	105,40	-949,98	98,03

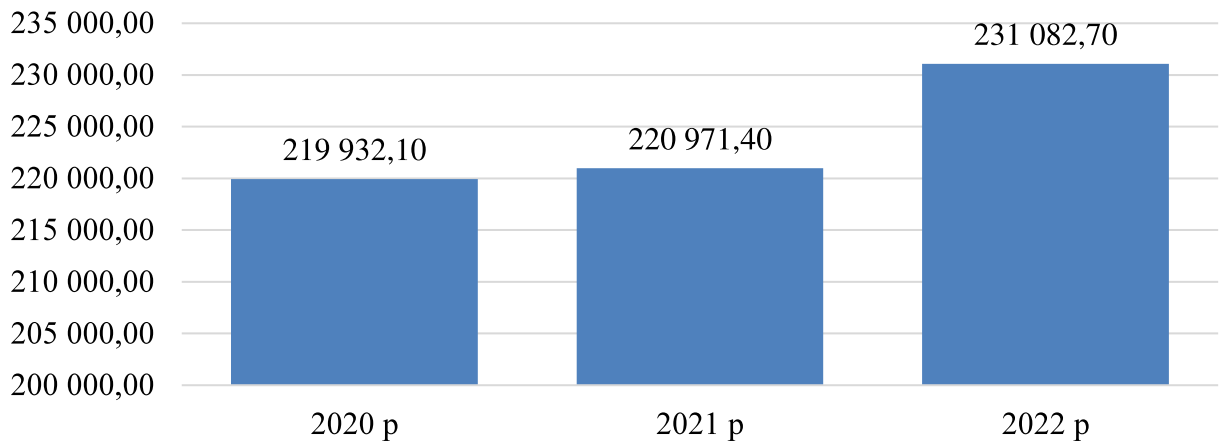


Рисунок 2.12 – Динаміка собівартості реалізованої продукції
ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», тис. грн

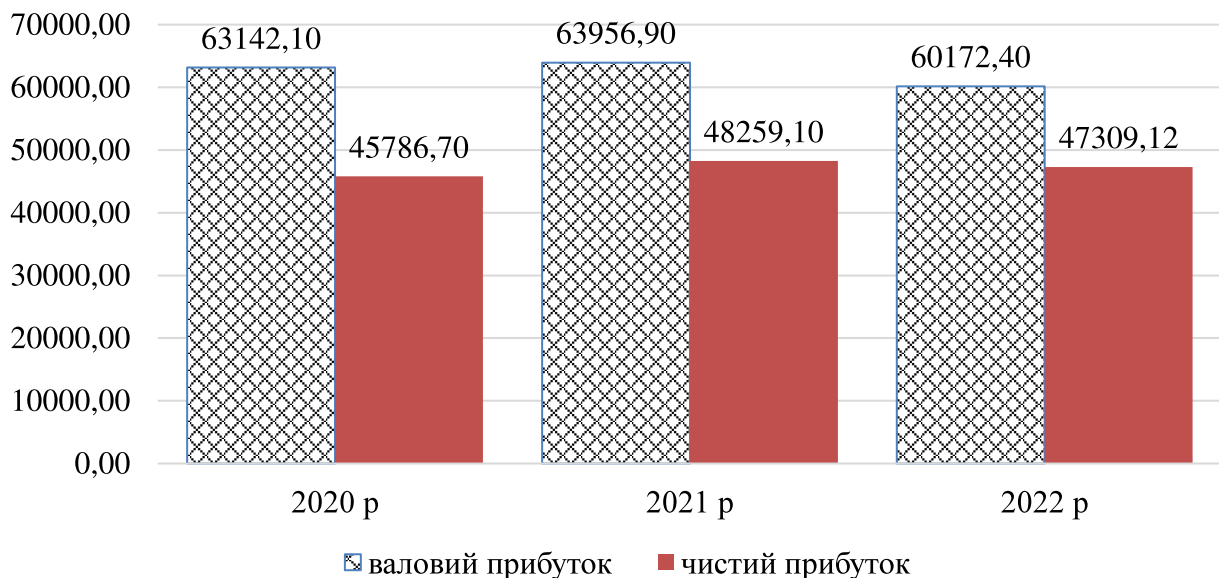


Рисунок 2.13 – Динаміка валового та чистого прибутку
ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», тис. грн

Результати розрахунку показників які характеризують виробничий потенціал підприємства представлено у табл. 2.8.

Сума наявних у підприємства коштів протягом 2020 – 2022 рр. збільшилася на 3,2%, в основному збільшення відбулося у 2022 році і показник досяг значення 194 438,40 тис. грн. Частка основних засобів в активах протягом періоду зростає, у 2022 році найбільше значення для цього показника – 28,18, зростання у 2022 році склало майже 6%. Частка активної частини основних

засобів у 2022 році набула значення 75,16%, незначно зменшившись протягом року на 0,4%. Коефіцієнт зносу основних засобів 0,64.

Таблиця 2.8 – Динаміка показників майнового стану підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Назва показника	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення, +/-	
				2021 р. до 2020 р.	2022 р. до 2021 р.
Сума господарчих коштів, що знаходяться на балансі підприємства, тис. грн	188 365,6	188 542,4	194 438,4	176,80	5896,0
Частка основних засобів в активах, %	23,54	22,24	28,18	-1,30	5,94
Частка активної частини основних засобів, %	74,24	75,56	75,16	1,32	-0,40
Частка пасивної частини основних засобів, %	25,76	24,44	24,84	-1,32	0,40
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,68	0,70	0,64	0,02	-0,06
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,66	0,63	0,40	-0,03	-0,23
Коефіцієнт вибуття	0,17	0,23	0,10	0,06	-0,13

Інформація щодо ліквідності та платоспроможності є корисною для прогнозування спроможності підприємства вчасно виконувати свої фінансові зобов'язання. Ліквідність – це здатність підприємства перетворити свої активи у грошові кошти для покриття боргових зобов'язань. Платоспроможність – можливість підприємства своєчасно задовольняти поточні зобов'язання, які виникають у результаті здійснення ним фінансово-господарської діяльності [12,43,44].

Для об'єктивної оцінки фінансового стану підприємства важливе значення має розрахунок та застосування показників ліквідності та платоспроможності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», які відображено у таблиці 2.9.

Значення власних оборотних коштів у 2022 році дорівнює 95 179,70 тис. грн і хоча цей показник в порівнянні з 2021 роком зменшився на 17,5 %, він все рівно вище показників 2020 року (див. рис 2.14). У 2022 році частка оборотних засобів в активах підприємства 70,69%, що на 6,24% менше ніж у попередньому році.

Таблиця 2.9 – Динаміка показників ліквідності та платоспроможності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» за 2020 –2022 рр.

Назва показника	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення,+/-	
				2021 р. до 2020 р.	2022 р. до 2021 р.
Власні оборотні кошти, тис. грн	85 590,3	115 360,6	95 179,7	29 770,3	-20 180,9
Частка оборотних коштів в активах, %	66,69	76,93	70,69	10,24	-6,24
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,07	0,02	0,03	-0,05	0,01
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,68	1,73	1,21	1,05	-0,52
Коефіцієнт покриття	3,14	4,89	3,25	1,75	-1,64
Частка власних оборотних коштів в покритті запасів, %	90,03	124,60	111,53	34,57	-13,07
Коефіцієнт забезпеченості поточної діяльності власними оборотними коштами	0,68	0,80	0,69	0,12	-0,11
Маневреність власного капіталу	0,64	0,82	0,63	0,18	-0,19
Маневреність власних оборотних коштів	0,03	0,00	0,01	-0,03	0,01

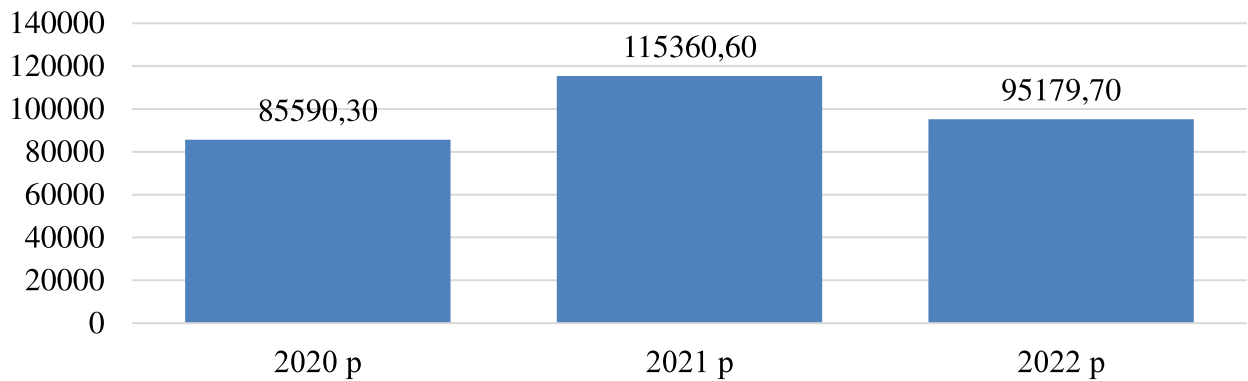


Рисунок 2.14 – Динаміка власних оборотних коштів
ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», тис. грн

Коефіцієнт абсолютної ліквідності протягом досліджуваного періоду коливається в межах від 0,07 до 0,03, що значно нижче норми, а це свідчить про те, що підприємство не має достатньо грошових коштів в національній та іноземній валюті, а також їх еквівалентів і таким чином може одночасно погасити лише 3% поточних пасивів у 2022 році. Тобто в діяльності підприємства простежується негативна тенденція до зменшення платоспроможності по короткостроковій заборгованості.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує значно кращу тенденцію, зважаючи на те, що протягом досліджуваного періоду знаходиться вище нормативного показника (норматив 0,7). Значення коефіцієнту швидкої ліквідності коливається від 0,68 до 1,73. У 2022 році цей показник дорівнює 1,21. Це означає, що підприємство має можливість погасити 121% поточних пасивів за рахунок грошових коштів та дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт покриття свідчить про те, що підприємство спроможне погасити свої поточні зобов'язання, якщо реалізує все свої оборотні активи, в тому числі і матеріальні запаси - коефіцієнт покриття значно вище рекомендованих меж.

Коефіцієнт забезпеченості поточної діяльності власними оборотними коштами показує скільки приходиться у сукупності власних коштів та короткострокових зобов'язань на одиницю вкладених у запаси коштів [12,43,44].

Максимального свого значення коефіцієнт набуває в 2021 році і становить 0,8, мінімальне значення цього показника у 2020 році 0,68 у 2022 році цей показник дорівнює 0,69. А це означає, що рівень забезпечення запасів власними оборотними коштами – достатній.

Маневреність власного капіталу показує яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто вкладена в оборотні кошти, а яка частина капіталізована [12,43,44]. Значення цього показника на підприємстві ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» значно вище рекомендованих меж (нормативне значення 0,25). Те, що коефіцієнт маневреності потрапляє до рекомендованих меж з фінансової точки зору означає, що підприємство має досить високу мобільність власних джерел коштів [12,43,44].

Показник маневреності власних оборотних коштів показує частку абсолютно ліквідних активів у власних обігових коштах та забезпечує свободу фінансового маневру. Значення даного показника низьке, у 2022 році він дорівнює 0,01.

Відтепер детальніше розглянемо динаміку складових робочого капіталу (див. табл. 2.10). За період 2020 – 2022 рр. треба відзначити поступове зменшення запасів у 2021 році на 2,6%, а у 2022 році на 7,8%. Підприємство у 2020 та 2022 рр. активно використовує в своїй діяльності поточні зобов'язання, а саме короткострокові кредити банків та кредиторську заборгованість так у 2022 році ці показники збільшилися в порівнянні з 2021 роком на майже 34% та 103% і досягли 33026,10 тис. грн і 7597,80 тис. грн відповідно. Дебіторська заборгованість у 2021 році збільшилась майже у 2 рази, а у 2022 році трохи зменшилася до позначки 50122,10 тис. грн.

Фінансова сталість – це стійкість фінансового становища підприємства у довгостроковій перспективі, що забезпечується високою часткою власного капіталу у загальній сумі фінансових ресурсів, які використовує підприємство та спроможністю маневрувати власними коштами для забезпечення безперервного процесу діяльності й постійної платоспроможності [43,44].

Таблиця 2.10 – Динаміка складових робочого капіталу ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Назва показника	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення, +/-	
				2021 р. до 2020 р	2022 р. до 2021 р.
Запаси, тис. грн	95073,8	92588,1	85337,7	-2485,7	-7250,4
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	24 248,50	50 887,20	50 122,10	26638,7	-765,1
Грошові кошти, тис. грн.	2 922,70	483,10	1 170,70	-2439,6	687,6
Інші поточні активи, тис. грн.	3 369,10	1 081,90	818,40	-2287,2	-263,5
Короткострокові кредити банків, тис. грн.	27 357,50	24 699,60	33 026,10	-2657,9	8326,5
Кредиторська заборгованість, тис. грн.	9 112,60	3 751,60	7 597,80	-5361	3846,2
Інші поточні зобов'язання, тис. грн.	3 553,70	1 228,50	1 645,30	-2325,2	416,8
Власні оборотні кошти, тис. грн.	85 590,30	115 360,60	95 179,70	29770,3	-20180,9

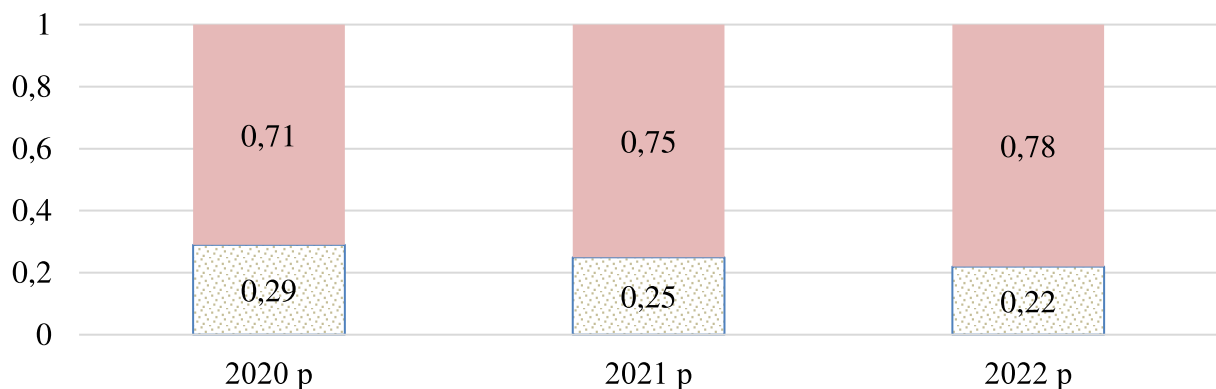
Розрахунок показників фінансової стійкості ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» наведено у таблиці 2.11.

Коефіцієнт фінансової залежності показує, скільки одиниць сукупних джерел припадає на одиницю власного капіталу [12,43,44]. Даний показник є оберненим до коефіцієнта автономії, значення відповідає рекомендованим межах. На підприємстві коефіцієнт концентрації залученого капіталу змінювався від 0,29 у 2020 році до 0,22 у 2022 році – на кожен гривню сукупних джерел коштів припадало 29 – 22 коп. залучених. Тобто можна говорити про відносну фінансову стійкість підприємства (див. рис. 2.15).

Підприємство у 2022 році значно скоротило як довгострокові зобов'язання так і довгострокові залучення позикових коштів. Коефіцієнт довгострокових зобов'язань у 2022 році – 0,01, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів 0,002.

Таблиця 2.11 – Динаміка показників фінансової сталості ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Назва показника	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення, %	
				2021 р. до 2020 р	2022 р. до 2021 р.
Коефіцієнт автономії	0,71	0,75	0,78	105,63	104,00
Коефіцієнт фінансової залежності	1,41	1,33	1,28	94,33	96,24
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,29	0,25	0,22	86,21	88,00
Коефіцієнт стійкості фінансування	0,79	0,84	0,78	106,33	92,86
Коефіцієнт структури фінансування необоротних активів	0,23	0,40	0,004	173,91	1,00
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,10	0,11	0,002	110,00	1,82
Коефіцієнт поточних зобов'язань	0,73	0,63	0,99	86,30	157,14
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	0,27	0,37	0,01	137,04	2,7



■ Коефіцієнт концентрації залученого капіталу ■ Коефіцієнт автономії

Рисунок 2.15 – Динаміка показників автономії
ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

2.4 Прогнозування банкрутства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Благополучний фінансовий стан підприємства – це важлива умова його безперервного й ефективного функціонування. Для його досягнення необхідно забезпечити постійну платоспроможність суб'єкта, високу ліквідність його балансу, фінансову незалежність і високу результативність господарювання.

Існує безліч підходів до прогнозування банкрутства. У світовій практиці найпоширенішими моделями оцінки фінансового стану підприємства та схильності його до банкрутства є наступні [46]:

- двофакторна модель Альтмана (див. рис. 2.16);
- п'ятифакторна модель Альтмана (див. рис. 2.17);
- модель Чессера (див. рис. 2.18).

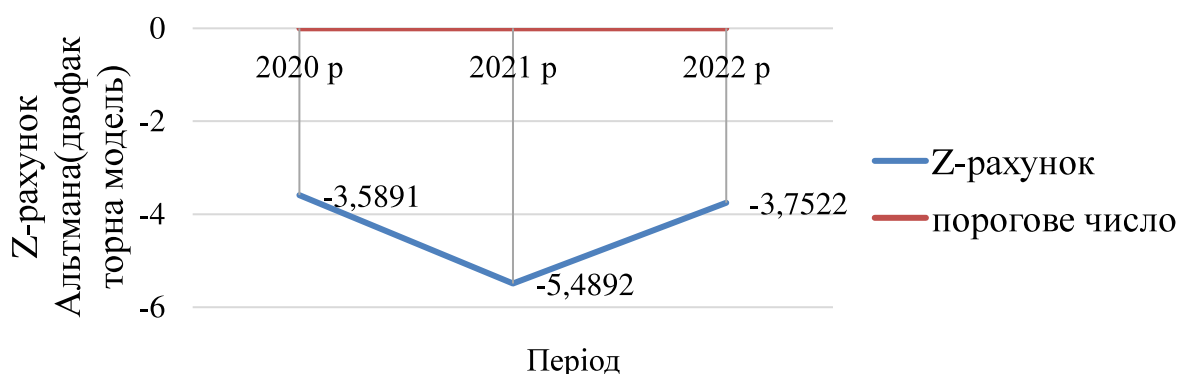


Рисунок 2.16 – Двофакторна модель Альтмана для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

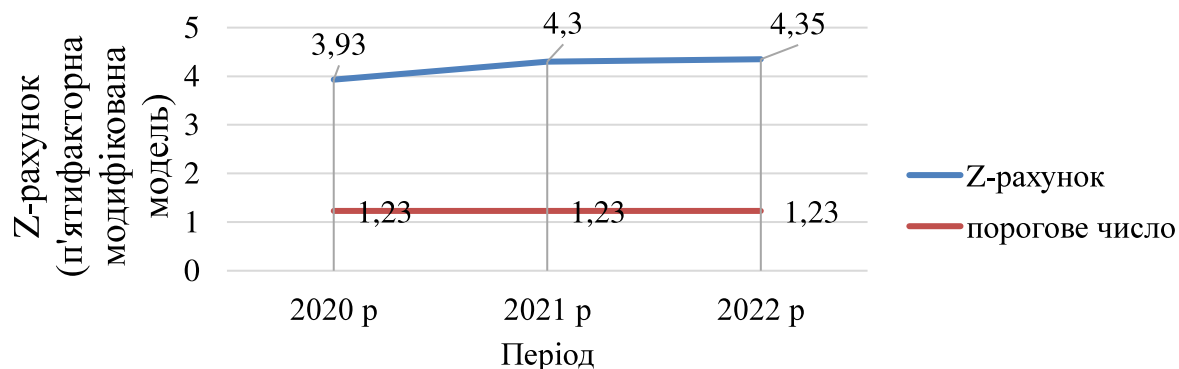


Рисунок 2.17 – П'ятифакторна модифікована модель Альтмана для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

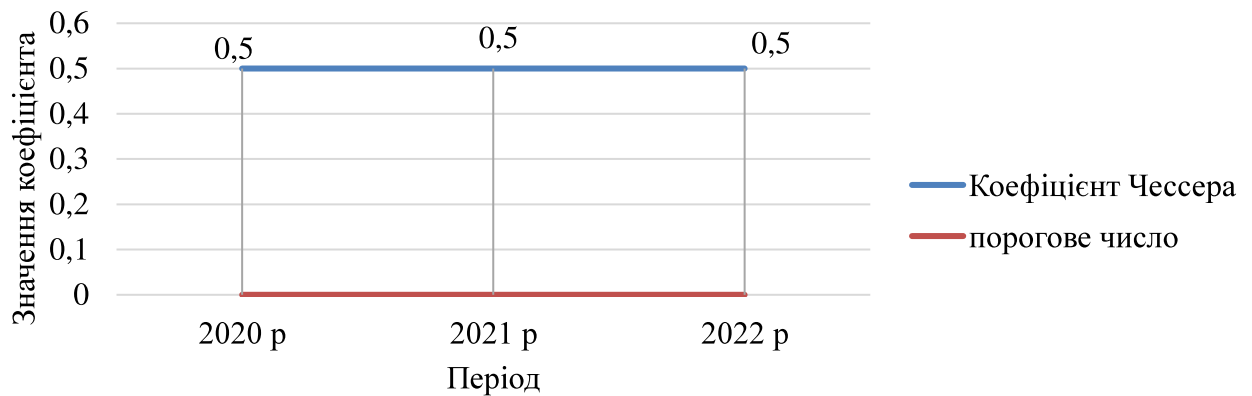


Рисунок 2.18 – Модель Чессера для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Зроблений попередній аналіз можливості банкрутства підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» за моделями [46] показав, що всі показники значно вищі за норматив, тобто підприємство не має ознак зверх критичної неплатоспроможності. Отримані дані свідчать малу ймовірність банкрутства підприємства.

2.5 Аналіз показників рентабельності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Узагальнююча оцінка фінансового стану підприємства досягається на основі таких результативних показників, як прибуток і рентабельність, які характеризують ефективність підприємства в цілому, доходність різних напрямків діяльності (виробничої, підприємницької, інвестиційної), окупність витрат тощо. Показники рентабельності показують співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами [45].

Результати оцінки рентабельності діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» проведена за різними показниками, результати представлено у таблиці 2.12 та на рисунку 2.19.

Таблиця 2.12 – Динаміка показників рентабельності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Назва показника	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення, + -	
				2021 р. до 2020 р	2022 р. до 2021 р.
Чиста рентабельність виручки від реалізованої продукції, %	16,17	16,94	16,24	0,77	-0,7
Рентабельність підприємства, %	17,42	18,29	17,35	0,87	-0,94
Валова рентабельність виробничих витрат, %	28,71	28,94	26,04	0,23	-2,9
Рентабельність активів, %	13,71	10,78	11,77	-2,93	0,99
Рентабельність власного капіталу, %	55,81	35,10	32,27	-20,71	-2,83
Рентабельність оборотного капіталу, %	63,53	35,66	33,49	-27,87	-2,17

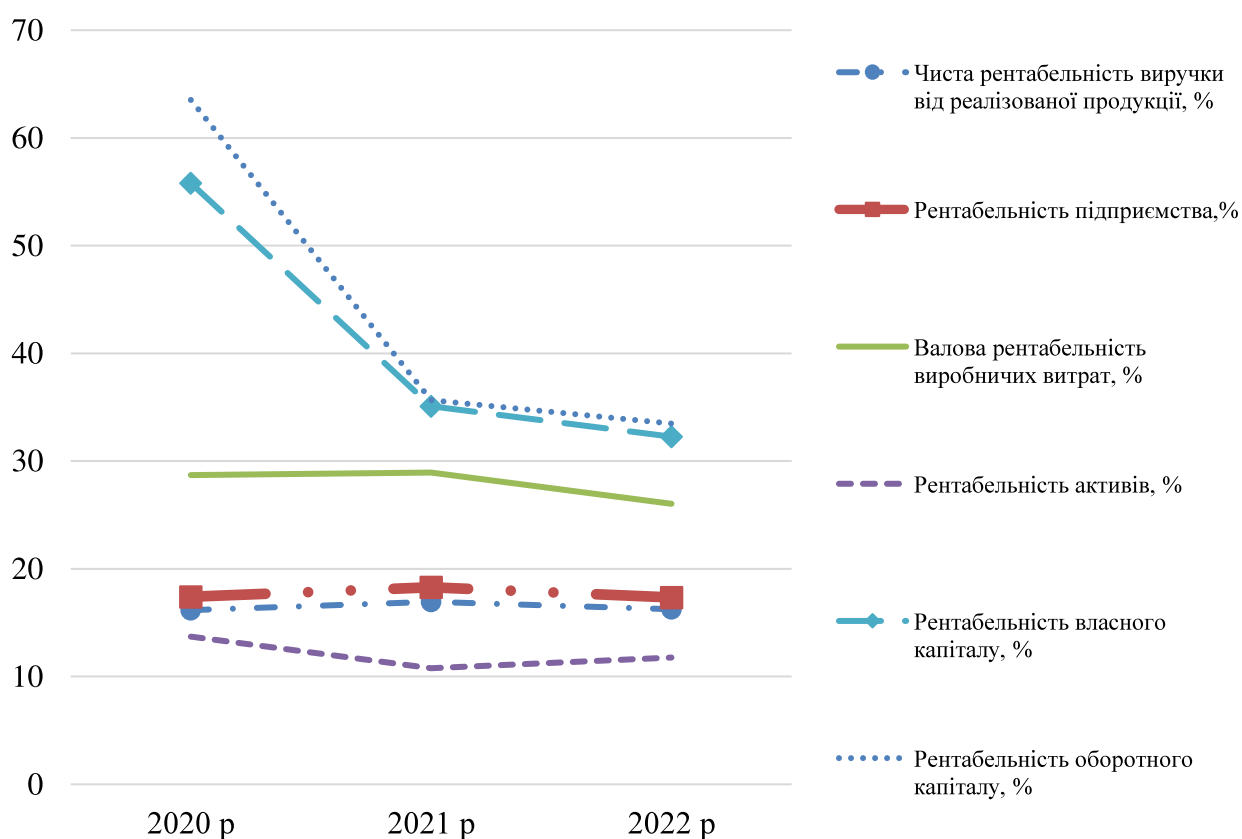


Рисунок 2.19 – Динаміка показників рентабельності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Чиста рентабельність виручки від реалізованої продукції розраховується як відношення чистого прибутку до чистого доходу (виручки) від реалізації товарів (робіт, послуг). Рентабельність підприємства розраховується як відношення чистого прибутку до величини всіх витрат. Рентабельність активів визначається як відношення прибутку від операційної діяльності до поточної ринкової вартості необоротних та оборотних активів (крім поточних фінансових інвестицій і грошових коштів та їх еквівалентів). Рентабельність власного капіталу розраховується як відношення чистого прибутку до середньорічної суми власного капіталу, тобто це річний прибуток компанії, після вирахування всіх податків, зборів та інших обов'язкових витрат поділений на вартість всіх вкладених в неї коштів засновників без позикових коштів. Рентабельність оборотного капіталу визначається відношенням прибутку підприємства до середньорічного залишку оборотного капіталу. Під оборотним капіталом бухгалтер, як правило, розуміє чистий оборотний капітал, який є різницею між поточними активами та поточними зобов'язаннями.

Чиста рентабельність виручки від реалізованої продукції та рентабельність підприємства є на достатньому рівні - у 2022 році 16,24% та 17,35% відповідно. Валова рентабельність виробничих витрат у 2022 році 26,04%. Рентабельність активів відображає можливість підприємства оновлювати активи без залучення зовнішніх джерел фінансування, у 2022 році це 11,77%. Рентабельність власного капіталу на протязі розглянутого періоду зменшувалася. Станом на 2020 рік рентабельність власного капіталу 55,81 %, на 2022 рік цей показник становить 32,27%. Схожу тенденцію відображує динаміка рентабельності оборотного капіталу, яка у 2022 році досягла значення 33,49%, зменшившись в порівнянні з минулим роком.

Таким чином, особлива увага приділена аналізу фінансового стану підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, як важливішої складової економічної стійкості підприємства.

2.6 Напрями оцінки та управління економічною стійкістю ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Показано, що економічна стійкість підприємства є важливою і невід'ємною частиною його діяльності, яка при ефективному використанні всього потенціалу здатна позитивно впливати на ефективність виробництва, технічний рівень, якість продукції та фінансові результати. Підприємство, яке є прибутковим і фінансово стійким, має перспективи стабільного економічного зростання. Підприємство, яке є прибутковим, але не є фінансово стійким, найбільш ймовірно в майбутньому матиме фінансові проблеми, зумовлені нестачею коштів для здійснення поточних витрат, затримками в розрахунках із постачальниками-кредиторами та акціонерами, труднощами при погашенні банківських позик та емітованих підприємством боргових зобов'язань. Слід зауважити, що комерційна діяльність підприємства на зовнішньому ринку безпосередньо пов'язана з різноманітними факторами та ризиками, які можуть бути як внутрішніми так і зовнішніми.

Мета забезпечення економічної стійкості підприємства полягає у своєчасному й повному задоволенні потреби підприємства в цілості й збільшенні його економічного потенціалу. Цю мету неможливо досягти, не реалізувавши процес оцінки економічної стійкості.

Для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» будуть доцільними такі напрями оцінки та управління економічною стійкістю:

- 1) підтримання на належному рівні фінансової стійкості підприємства при роботі на внутрішньому та зовнішніх ринках;
- 2) пошук нових та втримання поточних ринків збуту та цільових груп споживачів;
- 3) забезпечення конкурентостійкості при роботі на внутрішньому та зовнішніх ринках.

3 ПРОЄКТ ЗАХОДІВ З УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

3.1 Визначення рівня фінансової стійкості підприємства на прикладі групи компаній Geberit

Відомо, що в систему показників, які характеризують фінансову стійкість підприємства, входять показники двох класів: до першого відносять показники зі встановленими нормативними значеннями (усі показники ліквідності та платоспроможності); до другого – показники без установлених нормативних значень (рентабельності, ефективності управління, ділової активності).

Для прийняття обґрунтованих рішень з вибору фінансово-стійких підприємств для інвестування на прикладі групи компаній Geberit, в яку входить ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», визначимо рейтинг підприємств з використанням комплексного показника, що характеризує рівень фінансової стійкості підприємства для впровадження першого напрямку: підтримання на належному рівні фінансової стійкості підприємства при роботі на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Щоб дати змогу перенести показники рентабельності до першого класу і враховувати їх на рівні з показниками ліквідності та платоспроможності, використано внутрішні нормативні показники рентабельності.

Рівень фінансової стійкості підприємства (P_c) пропонується визначати за формулою 3.1:

$$P_c = \sum_{i=1}^n \frac{K_i}{K_{ni}} * B_i \quad (3.1)$$

де K_i – часткові коефіцієнти комплексного показника фінансової стійкості підприємства;

B_i – вагомість часткових показників, що визначається експертним шляхом;

K_{ni} – нормативне значення часткових показників фінансової стійкості.

Комплексний показник рівня фінансової стійкості (P_c) може використовуватися для визначення рейтингу підприємств та приналежності до певної зони стійкості.

Для оцінки рівня фінансової стійкості підприємства буде використовуватися шкала:

– високий рівень стійкості ($P_c > 1$): абсолютно стійкий фінансовий стан, відсутність будь-яких втрат, стабільні прибутки на інвестований капітал, найкраща здатність повертати борги, висока ймовірність виплати дивідендів;

– нормальний рівень стійкості ($0,8 < P_c \leq 1$): достатньо стійкий фінансовий стан, ймовірність виплати дивідендів на інвестований капітал і повернення боргів знаходиться у великій залежності від несприятливих змін обставин та економічної ситуації, можливі випадки незначних втрат, що не перевищують розміру чистого прибутку;

– гранично - припустимий рівень стійкості ($0,6 < P_c \leq 0,8$) нестійкий фінансовий стан, підприємство має схильність до неплатежів, вплив несприятливих зовнішніх змін може привести до неможливості повертати борги й виплачувати дивіденди, підприємство-позичальник даної зони ризику в гіршому випадку зробить покриття всіх витрат, а в кращому – дістане прибуток, набагато менший розрахункового значення;

– критичний рівень стійкості ($0,5 < P_c \leq 0,59$): критичний фінансовий стан, велика ймовірність неповернення боргів, інвестованого капіталу, невиконання дивідендів, можливі втрати, величина яких перевищує розміри розрахункового прибутку, інвестування капіталу в підприємства даної зони небажані;

– кризовий рівень стійкості ($P_c \leq 0,5$): зона фінансової кризи, підприємство неспроможне повернути борги, інвестований капітал і сплачувати дивіденди.

Коефіцієнти та важелі, які пропонується взяти при розрахунку рівня фінансової стійкості підприємства наведені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Показники коефіцієнтів та важелів при розрахунку рівня фінансової стійкості підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

Назва показника	Значення показника	Нормативне значення показника	Вагомість часткових показників
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,20	0,08
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,21	1,00	0,08
Коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності)	3,25	1,50	0,14
Маневреність власного капіталу	0,63	0,25	0,03
Чиста рентабельність виручки від реалізованої продукції, %	16,24	12,50	0,14
Рентабельність підприємства, %	17,35	14,00	0,09
Валова рентабельність виробничих витрат, %	26,04	22,00	0,09
Рентабельність активів, %	11,77	12,00	0,11
Рентабельність власного капіталу, %	32,27	26,00	0,07
Рентабельність оборотного капіталу, %	33,49	26,00	0,07
Коефіцієнт автономії	0,78	0,50	0,06
Коефіцієнт стійкості фінансування	0,78	0,80	0,04

Таким чином розрахуємо значення показника рівня фінансової стійкості підприємства за формулою 3.2:

$$\begin{aligned}
 P_c = \sum_{i=1}^{12} \frac{K_i}{K_{ні}} * V_i = & \frac{K_{ал}}{K_{нал}} * V_{ал} + \frac{K_{швл}}{K_{ншвл}} * V_{швл} + \frac{K_{потл}}{K_{нпотл}} * V_{потл} + \frac{K_{мвлк}}{K_{нмвлк}} * V_{мвлк} + \frac{K_{чрентв}}{K_{чрентв}} * V_{чрентв} + \\
 & + \frac{K_{рентп}}{K_{рентп}} * V_{рентп} + \frac{K_{врентбвв}}{K_{врентбвв}} * V_{врентбвв} + \frac{K_{рента}}{K_{нрента}} * V_{рента} + \frac{K_{рентвлк}}{K_{нрентвлк}} * V_{рентвлк} + \frac{K_{рентобк}}{K_{нрентобк}} * V_{рентобк} + \\
 & + \frac{K_{авт}}{K_{навт}} * V_{авт} + \frac{K_{стф}}{K_{нстф}} * V_{стф}
 \end{aligned} \tag{3.2}$$

де: P_c – рівень фінансової стійкості підприємства;
 $K_{ал}$ – коефіцієнт абсолютної ліквідності;
 $K_{нал}$ – нормативне значення коефіцієнту абсолютної ліквідності;
 $V_{ал}$ – вагомість коефіцієнту абсолютної ліквідності;
 $K_{швл}$ – коефіцієнт швидкої ліквідності;
 $K_{ншвл}$ – нормативне значення коефіцієнту швидкої ліквідності;
 $V_{швл}$ – вагомість коефіцієнту швидкої ліквідності;
 $K_{потл}$ – коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності);
 $K_{нпотл}$ – нормативне значення коефіцієнту покриття;
 $V_{потл}$ – вагомість коефіцієнту покриття;
 $K_{мвлк}$ – маневреність власного капіталу;
 $K_{нмвлк}$ – нормативне значення маневреності власного капіталу;
 $V_{мвлк}$ – вагомість маневреності власного капіталу;
 $K_{чрентв}$ – чиста рентабельність виручки від реалізованої продукції;
 $K_{чрентв}$ – нормативне значення чистої рентабельності виручки від реалізованої продукції;
 $V_{чрентв}$ – вагомість чистої рентабельності виручки від реалізованої продукції;
 $K_{рентп}$ – рентабельність підприємства;
 $K_{рентп}$ – нормативне значення рентабельності підприємства;
 $V_{рентп}$ – вагомість рентабельності підприємства;
 $K_{врентбвв}$ – валова рентабельність виробничих витрат;
 $K_{врентбвв}$ – нормативне значення валової рентабельності виробничих витрат;
 $V_{врентбвв}$ – вагомість валової рентабельності виробничих витрат;
 $K_{рента}$ – рентабельність активів;
 $K_{нрента}$ – нормативне значення рентабельності активів;
 $V_{рента}$ – вагомість рентабельності активів;
 $K_{рентвлк}$ – рентабельність власного капіталу;
 $K_{нрентвлк}$ – нормативне значення рентабельності власного капіталу;
 $V_{рентвлк}$ – вагомість рентабельності власного капіталу;
 $K_{рентобк}$ – рентабельність оборотного капіталу;
 $K_{нрентобк}$ – нормативне значення рентабельності оборотного капіталу;
 $V_{рентобк}$ – вагомість рентабельності оборотного капіталу;
 $K_{авт}$ – коефіцієнт автономії;
 $K_{навт}$ – нормативне значення коефіцієнту автономії;

$V_{авт}$ – вагомість коефіцієнту автономії;

$K_{стф}$ – коефіцієнт стійкості фінансування;

$K_{нстф}$ – нормативне значення коефіцієнту стійкості фінансування;

$V_{стф}$ – вагомість коефіцієнту стійкості фінансування.

$$P_c = \sum_{i=1}^{12} \frac{K_i}{K_{ні}} * V_i = \frac{0,03}{0,2} * 0,08 + \frac{1,21}{1} * 0,08 + \frac{3,25}{1,5} * 0,14 + \frac{0,63}{0,25} * 0,03 + \frac{16,24}{12,5} * 0,14 + \\ + \frac{17,35}{14} * 0,09 + \frac{26,04}{22} * 0,09 + \frac{11,77}{12} * 0,11 + \frac{32,27}{26} * 0,07 + \frac{33,49}{26} * 0,07 + \frac{0,78}{0,5} * 0,06 + \frac{0,78}{0,8} * 0,04 \\ = 1,31$$

Для прийняття рішення о наданні кошів в межах групи компаній Geberit треба порівняти отриманий результат з результатами, отриманими підрозділами у інших країнах (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Порівняльний аналіз рівня фінансової стійкості підприємств групи компаній Geberit

Назва країни	Значення показника	Інвестиційна зона
Білорусь	0,56	критичний рівень стійкості
Болгарія	1,02	високий рівень стійкості
Молдова	0,77	гранично - припустимий рівень стійкості
Литва	1,24	високий рівень стійкості
Румунія	0,81	нормальний рівень стійкості
Туреччина	0,84	нормальний рівень стійкості
Угорщина	1,18	високий рівень стійкості
Україна	1,31	високий рівень стійкості

Аналіз даних таблиці 3.2 показав, що підприємства, які розташовані у чотирьох країнах (Україна, Угорщина, Болгарії та Литва) отримали результати достатні до належності до зони високого рівня стійкості. Підприємство ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» отримало перший показник серед усіх за

рахунок високої рентабельності та прибутковості бізнесу (нижчі за світові - ціни на матеріальні ресурси та витрати на заробітну плату). Тому керівництву групи компаній Geberit пропонується прийняти рішення про інвестування 12 млн. грн шляхом збільшення уставного фонду підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».

В 2 розділі кваліфікаційної роботи розглянуто технологію виробництва, згідно якої напівфабрикати з нанесеним глазурним розчином випаляються у тунельній газовій печі безперервної дії.

На кошти виділені керівництвом групи компаній Geberit буде проведена модернізація печі і модифікація її в газово-електричну піч, що дозволить диверсифікувати джерела енергії та зменшити витрати на виробництво продукції на ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на 3%. Також будуть збільшені на 30% ливарні потужності, що вже у 2024 році дозволять збільшити випуск продукції підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на 7 % в порівнянні з 2022 роком.

3.2 Підготовка експортної операції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

За рахунок пошуку нових та втримання поточних ринків збуту та цільових груп споживачів можливо виконання другого етапу забезпечення економічної стійкості підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН». Пропонується реалізація продукції на новому ринку для підприємства – Казахстан.

Згідно загальної методики проведення маркетингових досліджень [47] начальним етапом в підготовці експортної операції було обрано проведення дослідження основних чинників, які впливають на вибір споживачів керамічної сантехніки.

Результати дослідження наведені у таблиці 3.3. Основний чинник, на який покупці звертають увагу – ціна 37,94%, за ним слідує дизайн - 28,12% та якість поверхні глазури – 19,15% [39, 40,41].

Таблиця 3.3 – Основні чинники, які мають вплив на вибір споживачів керамічної сантехніки

Найменування чинників	Частка, %
Дизайн	28,12
Якість поверхні глазури	19,15
Популярність марки	11,21
Ціна	37,94
Термін гарантії	3,58

3.3 Аналіз якості та конкурентоспроможності продукції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на закордонному ринку

Забезпечення конкурентостійкості при роботі на внутрішньому та зовнішніх ринках є третім напрямом забезпечення економічної стійкості ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».

Відомо, що конкурентостійкість підприємства – це характеристика ефективного функціонування підприємства в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі, яка є відбиттям комплексної взаємодії конкурентоспроможності і стійкості підприємства. Конкурентоспроможність підприємства в першу чергу характеризується конкурентоспроможністю товару. Конкурентоспроможність - порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всіх його якісних і економічних властивостей щодо вимог ринку або властивостей іншого товару [47].

Проведемо аналіз конкурентоспроможності продукції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на зовнішньому ринку за методикою, що розглянута в літературі [48].

Для розрахунку застосовуватиметься метод експертних оцінок. Мета полягала в оцінці умивальника з п'єдесталом за наведеними нижче якісними та

економічними параметрами, а також у визначенні питомої ваги даних параметрів у загальній оцінці. Дано оцінку умивальнику з п'єдесталом різних фірм виходячи з десятибальної шкали (0 - найгіршої, 10 - найкращої якості). Досліджувалися конкуренти: тм ROCA (Іспанія), тм Cersanit (Польща), тм LAUFEN (Австрія).

Для дослідження у всіх виробників відібраний зразок - умивальник з п'єдесталом, що відповідає наступним вимогам: розміри умивальника: ширина 550 мм, глибина 450 мм, висота п'єдесталу 630 мм, ширина п'єдесталу 200мм.

Зведені результати подані в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Зведені результати аналізу конкурентоспроможності умивальника з п'єдесталом ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» та його основних конкурентів на ринку Казахстану

Назва показника	Питома вага, %	Оцінка показника за конкурентами			
		тм Geberit (ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»)	тм ROCA (Іспанія)	тм Cersanit (Польща)	тм LAUFEN (Австрія)
Дизайнерське мистецтво	20	5	8	8	10
Рівень білизни глазури	20	10	8	9	10
Відсутності дефектів поверхні	20	8	8	8	10
Міцність	20	9	7	8	10
Водопоглинання	10	8	7	8	10
Гігієнічні властивості	10	8	7	7	10
Ціна за 1 шт., \$		26,67	30,37	35,93	64,1
Груповий індекс за технічними параметрами	x	x	1,012	1,066	1,322
Груповий індекс за економічними параметрами	x	x	1,14	1,35	2,40
Інтегральний індекс конкурентоспроможності			0,89	0,79	0,55

Розрахунок групового показника за технічними параметрами здійснюється за формулою 3.3 [48,49]:

$$I_{\text{ТП}} = \sum_{i=1}^n q_i * R_i, \quad (3.3)$$

де $I_{\text{ТП}}$ - груповий показник конкурентоздатності по технічним параметрам;

q_i - одиничний показник конкурентоздатності по i -му технічному параметру;

R_i - питома вага i -го параметра в загальному наборі n технічних параметрів.

Якщо $I_{\text{ТП}} < 1$, то аналізований товар поступається виробу прийнятому за зразок за технічними параметрами, а якщо $I_{\text{ТП}} > 1$, то перевершує.

Одиничний показник конкурентоздатності по i -му технічному параметру розраховується за формулами [48,49]:

$$q_i = \frac{p_i}{p_{io}}, \quad (3.4)$$

$$q_i = \frac{p_{io}}{p_i} \quad (i= 1,2,3..n), \quad (3.5)$$

де q_i - одиничний показник конкурентоздатності по i -му технічному параметру;

p_i - величина i -го параметра для аналізованої продукції;

p_{io} - величина i -го параметра для виробу, прийнятого за зразок.

З формул 3.4 і 3.5 вибирають ту, у якої зростанню одиничного показника відповідає підвищення конкурентоздатності.

Таким чином маємо наступні значення групового індексу за технічними параметрами для розглянутих підприємств:

$$I_{\text{ТП ROCA}} = \frac{8}{5} * 0,2 + \frac{8}{10} * 0,2 + \frac{8}{8} * 0,2 + \frac{7}{9} * 0,2 + \frac{7}{8} * 0,10 + \frac{7}{8} * 0,10 = \\ = 0,32 + 0,16 + 0,2 + 0,156 + 0,088 + 0,088 = 1,012$$

$$I_{\text{ГП Cersanit}} = \frac{8}{5} * 0,2 + \frac{9}{10} * 0,2 + \frac{8}{8} * 0,2 + \frac{8}{9} * 0,2 + \frac{8}{8} * 0,10 + \frac{7}{8} * 0,10 = \\ = 0,32 + 0,18 + 0,2 + 0,178 + 0,1 + 0,088 = 1,066$$

$$I_{\text{ГП LAUFEN}} = \frac{10}{5} * 0,2 + \frac{10}{10} * 0,2 + \frac{10}{8} * 0,2 + \frac{10}{9} * 0,2 + \frac{10}{8} * 0,10 + \frac{10}{8} * 0,10 = \\ = 0,4 + 0,2 + 0,25 + 0,222 + 0,125 + 0,125 = 1,322$$

Виходячи з отриманих результатів можна зробити висновок, що продукція підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» уступає по якісним характеристикам продукції усіх фірм, що беруть участь у дослідженні (дивись груповий індекс за технічними параметрами). Продукції тм ROCA ($I_{\text{ГП ROCA}} = 1,012 > 1$) уступає лише по одній категорії – дизайнерське мистецтво, по категоріям рівень білизни глазурі, міцність, водопоглинання, гігієнічні властивості продукція ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» краща. Продукції фірми тм Cersanit ($I_{\text{ГП Cersanit}} = 1,066 > 1$) уступає також тільки по одній категорії – дизайнерське мистецтво, по категоріям рівень білизни глазурі, міцність, гігієнічні властивості продукція ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» краща. Продукції фірми тм LAUFEN ($I_{\text{ГП LAUFEN}} = 1,25 > 1$) продукція ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» переконливо уступає по всім параметрам, лише по параметру рівень білизни глазурі має однакову оцінку, та по параметру міцність є лише мінімальна перевага продукції $I_{\text{ГП LAUFEN}}$.

Розрахуємо груповий індекс за економічними параметрами за формулою [48,49]:

$$I_{\text{еп}} = \frac{B}{B_0}, \quad (3.6)$$

де $I_{\text{еп}}$ - груповий показник за економічними параметрами;

B, B_0 - повні втрати споживача відповідно оцінюваної продукції та зразка.

Повні витрати споживача визначаються наступним чином [48,49]:

$$V = V_{\text{одн}} + \sum_{i=1}^T V_i, \quad (3.7)$$

де V - повні витрати споживача на придбання і експлуатацію продукції;

$V_{\text{одн}}$ - одноразові витрати на придбання продукції;

V_i - середні витрати на експлуатацію продукції, які відносяться до i -го року її служби.

З огляду на те, що умивальник з п'єдесталом, розглянутих підприємств, не вимагає витрат на експлуатацію, цей показник V_i , в нашому випадку дорівнює 0.

$$I_{\text{еп ROCA}} = \frac{30,37}{26,67} = 1,14$$

$$I_{\text{еп Cersanit}} = \frac{35,93}{26,67} = 1,35$$

$$I_{\text{еп LAUFEN}} = \frac{64,10}{26,67} = 2,4$$

Розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності здійснюється за формулою [48,49]:

$$K_{\text{інт}} = \frac{I_{\text{тп}}}{I_{\text{еп}}}, \quad (3.8)$$

де $K_{\text{інт}}$ - інтегрального індекс конкурентоспроможності продукції підприємства до зразка;

$I_{\text{еп}}$ - груповий показник за економічними параметрами;

$I_{\text{тп}}$ - груповий показник конкурентоздатності по технічним параметрами.

Якщо $K_{\text{інт}} < 1$, то аналізований товар поступається виробу прийнятому за зразок, а якщо $K_{\text{інт}} > 1$, то перевершує [48,49]:

Таким чином маємо:

$$K_{\text{інт ROCA}} = \frac{I_{\text{тп ROCA}}}{I_{\text{еп ROCA}}} = \frac{1,012}{1,14} = 0,89$$

$$K_{\text{інт Cersanit}} = \frac{I_{\text{тп Cersanit}}}{I_{\text{еп Cersanit}}} = \frac{1,066}{1,35} = 0,79$$

$$K_{\text{INT LAUFEN}} = \frac{I_{\text{TP LAUFEN}}}{I_{\text{EP LAUFEN}}} = \frac{1,322}{2,4} = 0,55$$

Продукція ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» є конкурентоспроможною порівняно з аналогічними виробами фірм тм ROCA ($K_{\text{INT ROCA}} = 0,89 < 1$), тм Cersanit ($K_{\text{INT Cersanit}} = 0,79 < 1$), тм LAUFEN ($K_{\text{INT LAUFEN}} = 0,55 < 1$). Підприємству ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» треба, однак, зосередити увагу на поліпшенні деяких якісних параметрів своєї продукції для одержання ще більших конкурентних переваг, а саме дизайну. Але сучасне позиціонування продукції підприємства (згідно існуючої стратегії) є мінімалізм.

3.4 Обґрунтування ефективності експортної операції

За даними Державної служби статистики України, за підсумками 2022 р. сумарний обсяг імпорту між Україною і Казахстаном у розрізі товарних позицій склав 519,03 млн. дол. США. В загальній структурі експорту України Казахстан займав 0,58% від загального об'єму [50].

Пропонується укладання міжнародного контракту з ТОО BULAK (Казахстан) [51], яка є другою компанією імпортером сантехники з України. Сума контракту – додатковий обсяг випуску продукції, на який збільшиться виробництво в порівнянні з 2022 роком (7%).

З огляду на те, що підприємство ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» не має досвіду експортних операцій, але її продукція є дуже привабливою для ТОО BULAK, рекомендується укласти угоду на 2024 рік на умовах поставки товару EXW ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» м. Славути Хмельницька обл. Україна (Інкотермс 2020) - англ. Ex works, франко-склад, франко-завод): товар забирається покупцем з зазначеного в договорі складу продавця, оплата експортних мит ставиться в обов'язок покупця.

Цей термін означає, що продавець виконує свої зобов'язання за зовнішньоторговельним контрактом, коли передає продукцію в розпорядження покупця безпосередньо на своєму підприємстві, складі або торговій площадці. Фактично такі умови поставки є самовивезенням. При цьому продавець не зобов'язаний завантажувати товарну партію на транспортний засіб, наданий одержувачем, а також проводити дії, пов'язані з митним оформленням (але сприяти в його здійсненні) і страхуванням. Покупцеві необхідно з обережністю вибирати умови поставки EXW Incoterms 2020 року, адже тільки він буде нести всі можливі ризики при завантаженні та перевезенні продукції, а також самостійно займатися митним оформленням товарної партії. Тоді як на продавця лежать мінімальні обов'язки - повідомити про готовність продукції і відкрити двері свого складу. Цей термін не може використовуватися в разі, якщо покупець не має можливості самостійно виконати експортне митне оформлення продукції, в цьому випадку доцільно використовувати умови FCA. Сторони зовнішньоторговельного договору при використанні умов поставки EXW Incoterms 2020 тільки за допомогою додаткових угод можуть доручити продавцеві навантаження товару, її експортне оформлення та оплату вивізних митних зборів і зборів. Термін може застосовуватися при переміщенні товару будь-яким типом транспорту, включаючи змішані перевезення і використання власного транспорту покупця без залучення сторонніх перевізників і укладення договору на перевезення [52].

Ціна EXW означає, що договірна (прописана в інвойсі) ціна включає в себе лише кінцеву вартість продукції без урахування витрат з експортного оформлення та доставки. Базис поставки EXW Incoterms 2020 дуже зручно використовувати, коли кілька товарних партій покупець забирає у різних виробників і акумулює для подальшого перевезення і розмитнення [52].

Основні умови ЗЕД-контрактів наведено в таблиці 3.5.

Зовнішньоекономічний контракт - матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів,

Таблиця 3.5 – Умови ЗЕД-контрактів

Умова	Опис
Назва, номер контракту, дата та місце його укладення	
Преамбула	Визначається повна назва сторін і назва країни місця їх знаходження вказується назва документів, якими керуються контрагенти при укладенні договору – статут підприємства
Предмет контракту	Зазначається точне найменування товару, його марка, сорт
Кількість та якість товару	Визначаються одиниці виміру товару. На підприємстві використовують штуки. Також вказується кількість товару та його якісні характеристики
Базисні умови поставки	Визначається вид транспорту, яким буде транспортуватися товар та умови поставки відповідно до «ІНКОТЕРМС – 2020»
Ціна та загальна вартість контракту	Вказується ціна за одиницю виміру товару та загальна вартість товарів, що поставляються згідно з контрактом, та валюта платежів
Умови платежів	Визначається спосіб, порядок та строки фінансових розрахунків. На підприємстві використовують банківський переказ
Упаковка та маркування	Містить відомості про упаковку товару (ящики, мішки, контейнери тощо), а також про нанесене на ній відповідне маркування
Форс-мажорні обставини	Надзвичайні й невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливають виконання зобов'язань, передбачених умовами договору. До таких обставин відносяться: землетруси, повені, пожежі, епідемії, аварії на транспорті, війни, окупація
Санкції та рекамації	Зазначається порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекамацій у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань по контракту
Урегулювання спорів у судовому порядку	Вказуються місце арбітражного суду, повна його назва, країна і матеріальне право, яке застосовуватиметься при розгляді спорів між контрагентами
Місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін	Вказується юридичні адреси та поштові і платіжні реквізити (назва банку, номер рахунка) контрагентів контракту

спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності [53].

Митне оформлення експорту в цілому складається з трьох основних етапів:

- надати митному органу документи, що засвідчують підстави та умови вивезення товару за межі митної території України;
- сплатити встановлені на експорт товарів податки і збори;
- дотримати передбачені законодавством вимоги [54].

Саму процедуру митного оформлення експорту за пропонованою угодою можна пройти в будь-якому митному органі на всій території України. Для початку необхідно подати усну заяву про необхідність проведення такої процедури і надання митної декларації. Далі місце акредитації на митному посту. Після акредитації експортер повинен підготувати всі документи на вивезення товару [54].

Нижче наведено приблизний перелік документів, який може знадобитися для оформлення експорту:

- акредитація на митниці (облікова картка);
- довідка про відсутність валютних цінностей за останній квартал;
- зовнішньоекономічний контракт з додатками;
- протокол узгодження ціни (при наявності);
- додаток (специфікація) на конкретну поставку;
- СМР, залізнична накладна (в залежності від виду транспорту);
- дані водія (при автотранспорті – копія паспорта та технічні паспорти машини і причепа);
- дані перевізника (адреса, телефон, код ЄДРПОУ);
- рахунок-фактура із зазначенням країни походження товару, умов поставки, контракту;
- пакувальний лист;
- довідка про транспортні витрати до кордону України від перевізника (при необхідності);
- сертифікати якості, паспорти, технічні описи, креслення на товар;

- від виробника товару – калькуляція витрат на виробництво (всі документи в копіях, завірені печаткою підприємства);
- сертифікат походження товару СТ-1 (якщо товар похідний в Україні);
- книжка МДП (CARNET TIR) (при наявності);
- свідоцтво на перевезення вантажів під митним забезпеченням (при наявності) [54].

Мінімальний обсяг даних, що включаються в комерційний рахунок-фактуру: інформація про експортера та імпортера (назва та адреса), дата складання, номер, опис товарів (найменування, якість і т.п.), одиниці виміру, кількість товару, вартість за одиницю, загальна вартість товару, загальна сума і валюта платежу, умови оплати (спосіб і термін оплати, знижки тощо), умови доставки відповідно до Інкотермс, спосіб транспортування [55].

Автотранспортна накладна (CMR) застосовується при автомобільному міжнародному перевезенні та регулюється Конвенцією про договір міжнародного автомобільного перевезення вантажів від 1956 року (CMR Конвенція). Складається в чотирьох екземплярах і має бути підписана вантажовідправником та перевізником. Перша копія призначена для зберігання у відправника вантажу, друга – залишається у перевізника, третя і четверта є супровідним документом та передається вантажоодержувачу разом з вантажем, при цьому четверта повинна бути підписана і скріплена печаткою вантажоодержувача, після чого має бути повернута вантажовідправнику. Накладні CMR видаються (зазвичай) на кожний окремий транспортний засіб та містять інформацію про вантажовідправника, вантажоодержувача, кількість та найменування вантажу, його об'єм, вагу і кількість вантажних місць, дані про транспортний засіб та супровідні документи [55].

Пакувальний лист (P/L) - документ, який є доповненням рахунку-фактури і транспортної документації з переліком товарів, їх масо-габаритних параметрів, а також даними щодо кількості вантажних місць і виду пакування. Експортер складає пакувальний лист відповідно до прийнятих правил в Компанії і надає його оригінал разом із декількома копіями як супроводжувальний документ.

Часто замість пакувального листа застосовують розширену форму рахунку-фактури, де зазначають всі необхідні дані з P/L [55].

Митна декларація - документ встановленої форми, в якій особою зазначено митну процедуру, що підлягає застосуванню до товарів, та передбачені законодавством, відомості про товари, умови і способи їх переміщення через митний кордон України та щодо нарахування митних платежів, необхідних для застосування цієї процедури [55].

Митна декларація може бути оформлена без необхідності доставлення товару в зону митного контролю, але митниця може вимагати доставити товар для проведення митного контролю (огляду товару).

Сертифікат походження товару - документ, що підтверджує країну походження товару. Сертифікат, як правило, потрібен митним органам країни-імпортера з метою здійснення тарифних і нетарифних заходів регулювання ввезення товару на митну територію відповідної країни. Сертифікати походження товарів можуть вимагати також і банки, наприклад, коли сторони при здійсненні розрахунків за зовнішньоторговельними операціями вказали в акредитиві наявність таких документів [55].

Перед тим, як переміщати товар через митний кордон України, належить дізнатися, чи підлягає дана операція або даний вантаж ліцензуванню, та які ще передбачені заходи нетарифного регулювання, а також які ще необхідні сертифікати та контроль, які встановлені на експорт мита і збори. В нашому випадку ліцензія не потрібна, експортне мито не стягується.

Ефект від проведення експортної операції складе 6921,52 тис. грн, ефективність експорту 1,569 (див. табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Розрахунок ефективності експорту сантехніки

Найменування показника	Значення
Сума контракту, казахстанський тенге, тис. KZT	230059,32
Середній курс казахстанський тенге/грн	0,083
Виручка від реалізації на експорт, тис. грн	19094,924

Кінець таблиці 3.6

Найменування показника	Значення
Повні витрати на реалізацію товару, тис. грн	12173,4
Сума контракту реалізації на внутрішньому ринку тис. грн	14980,48
Прибуток від реалізації на внутрішньому ринку, тис.грн	2807,08
Різниця в прибутку, тис.грн	4114,44
Ефективність експорту	1,569
Ефект експорту, тис. грн	6921,52

Операція експорту до Казахстану є ефективною, так як показник ефекту експорту >0 , а показник ефективності >1 . Додатковий прибуток від експорту в порівнянні з продажами на внутрішньому ринку становить 4114,44 тис.грн.

3.5 Показники проекту

Показники проекту наведено у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Показники проекту на ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН»

№ п/п	Показники	Значення		Відхилення	
		Факт 2022 р.	Проект 2024 р.	Абсол., +/-	Відн., %
1	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	291 255,10	310350,02	19094,92	106,56
2	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	231 082,70	235958,42	4 875,72	102,11
3	Валовий прибуток, тис. грн.	60 172,40	74 391,61	14219,21	123,63
4	Чистий прибуток, тис. грн.	47 309,12	58 968,87	11659,75	124,65
5	Валова рентабельність виробничих витрат, %	26,04	31,53	5,49	
6	Ефективність експорту		1,569		

Отримання інвестиційних коштів дає змогу на проведення модернізації печі і модифікації її в газово-електричну піч, що дозволить диверсифікувати джерела енергії та зменшити витрати на виробництво продукції на 3%. Також

будуть збільшені на 30% ливарні потужності, що вже у 2024 році дозволять збільшити випуск продукції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на 7 %. На додатковий обсяг випуску пропонується укладання експортної угоди з ТОО ВУЛАК (Казахстан).

За даними таблиці 3.7 за проектом на 2024 рік чистий дохід підприємства збільшиться на 6,56% до 310350,02 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції зросте близько 2%. Валовий і чистий прибуток зростуть на 23,63% та 24,65% відповідно. Валова рентабельність виробничих витрат буде на рівні 31,53%. Ефективність експорту складе 157%.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі магістра поставлено та вирішено актуальне завдання з управління економічною стійкістю підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».

Одержані результати дозволили зробити такі висновки.

Узагальнення дозволяють визначити економічну стабільність підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності як здатність, в умовах впливу дестабілізаційних чинників бізнес-середовища, ефективно здійснювати виробничо-господарську діяльність, формувати якісний стратегічний потенціал, підтримувати заданий рівень конкурентоспроможності та результативності на внутрішньому й зовнішніх ринках у довготерміновій перспективі з економічною вигодою та фінансовою незалежністю для підприємства.

Економічна стійкість та її важливіша складова – фінансова стійкість – невід'ємна частина діяльності підприємства. Фінансова стійкість є суттєвим чинником підвищення економічної стійкості й ефективності господарської діяльності. Фінансово стійке підприємство має змогу вчасно здійснювати платежі, переносити непередбачені потрясіння, фінансувати свою діяльність, підтримувати абсолютну ліквідність та ефективність виробництва.

Оцінювати чи прогнозувати стійкість підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану досить складно, оскільки фактично війна створює форс-мажорні обставини, які передбачають не тільки скорочення обсягів активної діяльності підприємства, але й можливу повну його зупинку і навіть безповоротну втрату майна чи ресурсів. У таких умовах, експертам, аналітикам та управлінцям більш доцільно говорити про виживання, а не забезпечення стійкості бізнесу. Якщо бути гнучким і швидко реагувати на ринкові зміни, тобто за грамотного управління підприємством, формується можливість продовжувати роботу бізнесу в умовах війни, створювати умови для збереження активів та ресурсів і навіть їх розвитку.

Функціонування економіки України в умовах війни та воєнного стану загострюють питання забезпечення економічної стійкості підприємницьких структур, поряд з ракетними обстрілами, руйнуванням інфраструктури, релокацією підприємств, значною чисельністю біженців та внутрішньо переміщених осіб, існують жорстка конкуренція та різноманітні ризики.

Чинники забезпечення економічної стійкості підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану: диверсифікація виробництва, освоєння нових ринкових ніш і повна реалізація експортних можливостей, перегляд постачальників на фоні руйнування логістичних зв'язків та пошук нових джерел постачання ресурсів й можливостей їх економії, впровадження інновацій у виробництві та управлінні для ефективного використання фінансових ресурсів та успішної адаптації до воєнних шоків.

ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» - входить до групи компаній Geberit і спеціалізується на виробництві сантехнічних товарів, з власнорозробленими технологіями виробництва та енергозбереження, з динамічним розвитком та впевненістю у своїх перспективах.

Світовий ринок сантехніки зростає разом із збільшенням проєктів будівництва житлових, комерційних та інфраструктурних об'єктів. Зростаюча стурбованість клієнтів щодо особистої гігієни спонукає виробників зосередитися на способах диференціації пропонованих ними продуктів, щоб залучити більше клієнтів та збільшити свою частку на ринку. Для забезпечення безпекової санітарії ринок займає також нішеві сегменти.

За 2020 - 2022 рр. імпорту сантехніки зменшувався, загальне зменшення більш ніж 2 рази. За результатами першого півріччя 2023 року прогнозовано зростання в порівнянні з 2022 роком. Основну частку імпорту складають пластикові ванни, сантехнічний фаянс, змішувачі та душові панелі. ТОП країн-імпортерів сантехніки в Україну - Китай, Польща і Німеччина залишається незмінним протягом останніх трьох років, загальна частка цих країн 69%. Ринок імпортової сантехніки концентрований, ТОП-10 країн-імпортерів ввозять 90% продукції, кожна країна-імпортер має свою «спеціалізацію».

У 2022 році відбулося падіння експорту в 3 рази. Найбільше експортуються меблі для ванних кімнат, сантехнічний фаянс, ванни пластикові і душові кабінки.

Стосовно світового ринку керамічної сантехніки, то очікується, що спостерігатиметься сильне зростання, зумовлене такими факторами, як підвищення рівня життя, підвищення рівня доходів та підвищення поінформованості людей про санітарію та гігієну, а також підвищення готовності споживачів витратити більше на такі вироби. Кінцеві користувачі віддають перевагу керамічним санітарно-технічним виробам через їх довговічність, високу міцність, низькі вимоги до обслуговування та більш високу стійкість до умов навколишнього середовища. Це спричинило збільшення попиту на санітарно-технічні вироби у різних секторах.

Аналіз основних показників діяльності ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» встановив:

- зростання чистого доходу підприємства, у 2022 році дорівнював 291255,1 тис. грн., в порівнянні з 2021 роком зростання 2%;
- зменшення у 2022 році показників валового та чистого прибутку на 6% і 2% відповідно, чистий прибуток в 2022 році становив 47 309,12 тис. грн;
- відносно фінансову стійкість підприємства не зважаючи на рівень коефіцієнту абсолютної ліквідності від 0,07 до 0,03, що значно нижче норми, підприємство не має ознак зверх критичної неплатоспроможності;
- коливання коефіцієнту швидкої ліквідності від 0,68 до 1,73, який знаходиться вище нормативного показника, коефіцієнт покриття також значно вище рекомендованих меж;
- достатньо високий рівень чистої рентабельності виручки від реалізованої продукції та рентабельності підприємства у 2022 році, які становлять 16,24% та 17,35% відповідно, валова рентабельність виробничих витрат становить 26,04%.

Для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» запропоновано такі напрями оцінки та управління економічною стійкістю:

- 1) підтримання на належному рівні фінансової стійкості підприємства при роботі на внутрішньому та зовнішніх ринках;

2) пошук нових та втримання поточних ринків збуту та цільових груп споживачів;

3) забезпечення конкурентостійкості при роботі на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Для реалізації першого напрямку й прийняття обґрунтованих рішень з вибору фінансово-стійких підприємств для інвестування на прикладі групи компаній Geberit, в яку входить ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН», визначено рейтинг підприємств з використанням комплексного показника, що характеризує рівень фінансової стійкості підприємства. Застосовано шкалу: високий рівень стійкості ($P_c > 1$); нормальний рівень стійкості ($0,8 < P_c \leq 1$); гранично - припустимий рівень стійкості ($0,6 < P_c \leq 0,8$); критичний рівень стійкості ($0,5 < P_c \leq 0,59$); кризовий рівень стійкості ($P_c \leq 0,5$).

Підприємства, які розташовані у чотирьох країнах (Україна, Угорщина, Болгарії та Литва) отримали результати достатні до належності до зони високого рівня стійкості. Підприємство ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» отримало перший показник серед усіх за рахунок високої рентабельності та прибутковості бізнесу (нижчі за світові - ціни на матеріальні ресурси та витрати заробітну плату). Тому керівництву групи компаній Geberit пропонується прийняти рішення про інвестування 12 млн. грн шляхом збільшення уставного фонду підприємства ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН».

Існуюча технологія виробництва - напівфабрикати з нанесеним глазурним розчином випаляються у тунельній газової печі безперервної дії. На кошти виділені керівництвом групи компаній Geberit пропонується модернізація печі і модифікація її в газово-електричну піч, що дозволить диверсифікувати джерела енергії та зменшити витрати на виробництво продукції на ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на 3%. Також будуть збільшені на 30% ливарні потужності, що вже у 2024 році дозволять збільшити випуск продукції майже на 7 % в порівнянні з 2022 роком.

В напрямі виконання другого етапу забезпечення економічної стійкості підприємства запропоновано реалізацію продукції на новому для підприємства

ринку – Казахстан. Основні чинники, на які покупці керамічної сантехніки звертають увагу – ціна 37,94%, дизайн – 28,12%, якість поверхні глазури – 19,5%.

Запропоновано укладання міжнародного контракту з ТОО BULAK (Казахстан), яка є другою компанією імпортером сантехники з України на умовах поставки EXW ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» м. Славута Хмельницька обл. Україна (Інкотермс 2020). Ефект від проведення експортної операції 6921,52 тис. грн, ефективність експорту 1,569. Додатковий прибуток від експорту в порівнянні з продажем на внутрішньому ринку 4114,44 тис.грн.

Для реалізації третього напрямку забезпечення економічної стійкості проведено аналіз конкурентоспроможності продукції ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» на зовнішньому ринку. Досліджувалися конкуренти: тм ROCA (Іспанія), тм Cersanit (Польща), тм LAUFEN (Австрія). Для дослідження у всіх виробників відібраний зразок - умивальник з п'єдесталом, що відповідає наступним вимогам: розміри умивальника: ширина 550 мм, глибина 450 мм, висота п'єдесталу 630 мм, ширина п'єдесталу 200мм.

Продукція ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» уступає по якісним характеристикам продукції усіх фірм (дивись груповий індекс за технічними параметрами). В цілому продукція ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» є конкурентоспроможною порівняно з аналогічними виробами тм ROCA ($K_{\text{ІНТ ROCA}} = 0,89 < 1$), тм Cersanit ($K_{\text{ІНТ Cersanit}} = 0,79 < 1$), тм LAUFEN ($K_{\text{ІНТ LAUFEN}} = 0,55 < 1$). Підприємству ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» треба, однак, зосередити увагу на поліпшенні деяких якісних параметрів своєї продукції для одержання ще більших конкурентних переваг, а саме дизайну. Але сучасне позиціонування продукції підприємства (згідно існуючої стратегії) є мінімалізм.

Реалізація запропонованих заходів для ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН» за проєктом на 2024 рік дозволить збільшити чистий дохід підприємства на 6,56% до 310,35 млн. грн, валовий і чистий прибуток на 23,6% та 24,6% відповідно, забезпечити валову рентабельність виробничих витрат на рівні 31,5%, ефективність експорту 157%.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бірбіренко С.С., Жаданова Ю.О., Банкет Н.В. Вплив пандемії коронавірусної інфекції COVID-19 на економічну стійкість українських підприємств. *Економічний часопис* - XXI. 2020. Вип. 5—6. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V183-07.pdf>

(дата звернення: 02.10.2023).

2. Гринько Т.В., Максимчук О.С. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства. Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: моногр. Дніпро. 2017. С. 247—271.

3. Коцко Т. А., Галузінська А. В. Економічна стійкість підприємства як фундаментальна передумова забезпечення його конкурентоспроможного розвитку. *II Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи»*. 2021. URL:

[file:///C:/Users/User/Downloads/230474-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-526199-1-10-20210502%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/230474-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-526199-1-10-20210502%20(2).pdf)

(дата звернення: 02.10.2023).

4. Миколайчук І. П. Формування механізму економічної стійкості підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 3 (3), С. 106—110. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/60335/56137> (дата звернення: 02.10.2023).

5. Головач Т. В. Ризик та економічна стійкість підприємницьких структур. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 2. Т. 2. С. 38—41. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2014_2_2/7.pdf (дата звернення: 02.10.2023).

6. Кравченко М.В. Методологічні основи стійкого розвитку підприємств бюджетництва. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. Вип. № 1 (11). С. 57—58.

7. Крисько Ж.Л. Управління економічною стійкістю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 10. С. 399—403.
8. Гончарова О.М., Антонюк Б.О. Сутнісний аналіз та оцінка внутрішньої економічної стійкості підприємства. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2016. Вип. 2. С. 88—98.
9. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Алещенко В. І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 30—34. URL: [10.32702/2306-6806.2021.12.30](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.12.30) (дата звернення: 17.10.2023).
10. Тур О.В. Теоретичні основи стратегічного управління і здійснення стратегічного планування. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2016. № 4, Т. 22, с. 92—100. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/Npnukht_2016_22_4_13.pdf (дата звернення: 17.10.2023).
11. Бірбіренко С.С., Терешко Ю.В. Стратегічне управління як важливий аспект забезпечення економічної стійкості сучасного підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 1 (24). С. 63—68.
12. Костенко, Ю., Короленко, О., Гузь, М. Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1758/1694> (дата звернення: 17.10.2023).
13. Ведення бізнесу під час війни в Україні. 2022. URL: <https://chamber.ua/ua/news/rezultaty-ostannoho-opytuvannia-palaty-87-kompaniy-chleniv-hotovi-aktivno-doluchatsia-do-vidbudovy-ekonomiky-ukrainy-pislia-viyny> (дата звернення: 14.10.2023).
14. Готра В. В., Ріпич В. В., Дячок А. В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 219—223. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/38.pdf (дата звернення: 14.10.2023).

15. Денисенко М. П. Заходи покращення фінансового стану підприємства у сучасних умовах господарювання. *Економіка і держава*. 2019. № 12. С. 61—65. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.6>. (дата звернення: 14.10.2023).

16. Ковтуненко Ю. В. Методичні основи аналізу фінансового стану промислового підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. № 8/2. С. 40—41. URL: <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/2588>. (дата звернення: 17.10.2023).

17. Марусяк Н. Л. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1786/%d0%9f%d0%be%d1%81%d1%96%d0%b1%d0%bd%d0%b8%d0%ba%20%d0%a4%20%d0%90%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 17.10.2023).

18. Попович Д.В., Алимов О.С. Дослідження ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств та засоби її підвищення у сучасних умовах. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1. С. 31—35. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/8.pdf. (дата звернення: 17.10.2023).

19. Чемчикаленко Р. А., Сукрушева Г. О., Ткаченко А. Ю. Теоретичні основи управління фінансовим станом підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 27. С. 350—354. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/27_2019_ukr/56.pdf. (дата звернення: 17.10.2023).

20. Яцух О. О., Захарова Н. Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2018. с 3. С. 173—180. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/35.pdf. (дата звернення: 17.10.2023).

21. Гріщенко І. В., Кобаль О. А. Оцінка показників в процесі фінансового планування підприємства. *Перспективи розвитку фінансово-економічного простору України* : зб. наук. праць. Вінниця, 2020. С. 223—225.

22. Гріщенко І. В. Оцінка показників фінансової стійкості підприємства. Перспективи розвитку фінансово-економічного простору України : зб. наук. праць. Вінниця, 2020. С. 208—211.
23. Самойлюк М. Фінансова допомога від міжнародних партнерів: скільки Україна отримала на 1 серпня. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/08/2/689933>. (дата звернення: 19.10.2023).
24. Зануда А. Бізнес під час війни: яку підтримку запропонував уряд та як виживає бізнес. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-60757453>. (дата звернення: 19.10.2023).
25. Мельник С. І. Управління фінансовою безпекою підприємств: теорія, методологія, практика: монографія. Львів: «Растр-7», 2020. 384 с. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/3284/1/Mel%27nyk_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F.pdf (дата звернення: 19.10.2023).
26. Феномен стійкості українського бізнесу. Як український бізнес з іноземними замовниками адаптувався до роботи в умовах війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/17/696048/> (дата звернення: 18.09.2023).
27. Бідюк М.А., Світличина І.А. Збереження фінансової стійкості бізнесу в умовах війни як одне з ключових завдань. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/117.pdf> (дата звернення: 18.09.2023).
28. Кривов'язюк І. В., Тележинська Н. В. Теоретико-методичне обґрунтування та аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5762> (дата звернення: 26.10.2023).
29. Верховій А., Крисоватий І., Забезпечення економічної стійкості підприємства в умовах воєнного стану. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/45808/1/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B0%20%D0%92%D0%B5%D1%80%D1%85%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%B9.pdf> (дата звернення: 26.10.2023).

30. ПрАТ «ГЕБЕРІТ КЕРАМІК ПРОДАКШН». URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/32285199/ (дата звернення: 02.09.2023).
31. Сайт Geberit. URL: <https://www.geberit.ua/domashnya/> (дата звернення: 02.09.2023).
32. Коломієць Т., Черняк Л. Вітчизняний ринок виробів санітарнотехнічного призначення з кераміки. URL: [http://tr.knute.edu.ua/files/2018/01\(25\)/10.pdf](http://tr.knute.edu.ua/files/2018/01(25)/10.pdf) (дата звернення: 07.09.2023).
33. Ринок сантехніки – рост, тенденції, вплив COVID-19 та прогнози (2023–2028 рр.). URL: <https://www.mordorintelligence.com/> (дата звернення: 07.09.2023).
34. Причини популярності італійської сантехніки на українському ринку. URL: <https://denzadnem.com.ua/blogy/korysni-porady/138727> (дата звернення: 07.09.2023).
35. Аналіз ринку сантехнічних виробів в Польщі. 2023 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-santehnicheskih-izdelij-v-polshe-2023-god> (дата звернення: 10.09.2023).
36. Ринок сантехнічних виробів у Польщі: комплексний аналіз. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-santehnicheskih-izdelij-v-polshe-kompleksnyj-analiz> (дата звернення: 10.09.2023).
37. Надійна та якісна сантехніка – те, що треба для комфортного життя (новини компаній). URL: <https://te.20minut.ua/novini-kompanij/nadiyna-ta-yakisna-santehnika--te-scho-treba-dlya-komfortnogo-zhittya--11767277.html> (дата звернення: 10.09.2023).
38. Костенко О.Г., Сорокіна В.П., Мануйлова А.В. Тенденції розвитку та дизайнерські рішення сантехнічного обладнання в готельному бізнесі. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/15637/1/AKTUAL_NI_%20PROBLEMY_HOSTYNNOSTI_22-337-338.pdf (дата звернення: 10.09.2023).
39. Як вибрати правильну сантехніку для ванної кімнати: розгляд типів, матеріалів та особливостей. URL: <https://leoceramika.com/news/story/yak-vibrati->

[pravilnu-santehniku-dlya-vannoyi-kimnati-rozglyad-tipiv-materialiv-ta-osoblivostey_905](#) (дата звернення: 15.09.2023).

40. Прості поради щодо вибору сантехніки у ванну. URL: <http://farbateka.com.ua/rizne/prosti-poradi-shhodo-viboru-santehniki-u-vannu.html>

41. 5 правил вибору сантехніки. URL: <https://t1.ua/special/51248-5-pravyl-viboru-santekhniky.htm> (дата звернення: 15.09.2023).

42. Ринок керамічної сантехніки – рост, тенденції, вплив COVID-19 та прогнози (2023–2028 рр.). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/asia-pacific-ceramic-sanitaryware-market> (дата звернення: 15.09.2023).

43. Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 304 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/19240/1/Fin%20analiz%20Verstka.pdf> (дата звернення: 20.09.2023).

44. Приймак С. В., Костишина М. Т., Долбнева Д. В. Фінансова звітність підприємств: навч.-метод. посіб. Львів: Ліга-Прес, 2016. 268 с. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97.pdf> (дата звернення: 20.09.2023).

45. Волкова Н.А., Волчек Р.М., Гайдаєнко О.М. Економічний аналіз: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2015. 310 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5717/1/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7.pdf> (дата звернення: 20.09.2023).

46. Чумак В. Д., Гвіздзжинська І. Ю. Прогнозування можливого банкрутства підприємств на основі дискримінантного аналізу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/560-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-536-1-10-20210902.pdf> (дата звернення: 22.09.2023).

47. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf (дата звернення: 05.11.2023).

48. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с.

49. Варяниченко О.В. Конспект лекцій з дисципліни «Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства» галузь знань 07 Управління і адміністрування спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Дніпро : НТУ «ДП», 2020. 58 с. URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=1959> (дата звернення: 14.11.2023).

50. Економіка і бізнес-клімат Республіки Казахстан. URL: <https://kazakhstan.mfa.gov.ua/ukrayinatark/ekonomichne-spivrobitnictvo/ekonomika-i-biznes-klimat-respubliki-kazahstan> (дата звернення: 18.11.2023).

51. TOO BULAK. URL: <https://www.bulak.kz/> (дата звернення: 18.11.2023).

52. Порадник з Інкотермс 2020. URL: https://do.nmu.org.ua/pluginfile.php/397729/mod_resource/content/1/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%B7%20%D0%86%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%81%202020.pdf (дата звернення: 27.10.2023).

53. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 25.11.2023).

54. Митне оформлення експорту: як оформити експорт товарів. URL: <https://www.cargo-ukraine.com/mitne-oformlennya-eksportu-oformlinie/> (дата звернення: 25.11.2023).

55. Абетка експортера. URL: <http://invest-melitopol.gov.ua/content/abetka-eksportera> (дата звернення: 25.11.2023).

56. Варяниченко О.В. Конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» галузь знань 07 Управління і адміністрування спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Дніпро : НТУ «ДП», 2020. 103 с. URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=1245> (дата звернення: 08.09.2023).

57. Швець В.Я., Варяниченко О.В. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Дніпро: НТУ «ДП», 2021. 33с. URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2484> (дата звернення: 08.09.2023).

58. Швець В.Я., Трифонова О.В., Барабан О.А. Вимоги до оформлення кваліфікаційних робіт бакалаврів та магістрів спеціальності «Менеджмент». Дніпро: НТУ «ДП», 2018. 15 с.