

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗДВН
КАФЕДРА ФІНАНСІВ І ПІДПРИЄМНИЦТВА
ЛЦДН у м.СУМИ
(місто знаходження НКП)

До захисту допускається
Завідувач кафедри,
проф. _____ В.М.Боронос
« ____ » _____ 20__ р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

НА ТЕМУ:

Організаційно-економічні основи зовнішньоекономічної діяльності та бізнес- планування підприємства

Освітній рівень “Бакалавр”

Спеціальність _____

Керівник роботи:

(підпис)

Кобушко І.М.

(ініціали, прізвище)

Студент:

(підпис)

Чайкун В.О.

(ініціали, прізвище)

Група:

Фдн-61мп

Суми

2020

ЗАВДАННЯ

РЕФЕРАТ

Дипломна робота містить: 37 сторінок, 8 таблиць, 2 рисунки

Мета дипломної роботи полягає в розробці та обґрунтуванні доцільності використання конкретних методологічних рекомендацій щодо підвищення ефективності існуючої організаційної структури вітчизняного підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Методи дослідження – порівняльний, коефіцієнтний, індексний, прийом ланцюгових підстановок та абсолютних різниць.

В першому розділі розглянуті теоретичні основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства, державне регулювання та законодавчо-правові стандарти та норми; основні положення бізнес-планування інвестиційного проекту для підприємств які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

В другому розділі досліджено методика бізнес-планування підприємства для здійснення зовнішньоекономічної діяльності, вимоги до структури бізнес-плану, проведений аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ «Техмас» та його загальна характеристика.

В третьому розділі розроблений бізнес-план інвестиційного проекту, детальний аналіз маркетингу, фінансів та виробничих потужностей підприємства

ЕКСПОРТ, ІМПОРТ, МИТО, ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ ДОГОВІР, ПРАВИЛА ІНКОТЕРМС, АКРЕДИТИВ, ФАКТОРИНГ, ФОРФЕЙТИНГ.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	7
1.1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: державне регулювання, законодавчо-правовий аспект, стандарти та норми.	7
1.2. Завдання та основні положення бізнес-планування інвестиційного проекту для підприємств які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.	10
РОЗДІЛ 2 МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.	14
2.1. Вимоги, аспекти та структура бізнес-плану	14
2.2. Загальна організаційна характеристика підприємства ТОВ «Техмас»	18
2.3. Аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ «Техмас»	20
РОЗДІЛ 3 БІЗНЕС-ПЛАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ПО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТЕХМАС»	23
3.1 Маркетинговий план ТОВ «Техмас»	23
3.2 Фінансовий план ТОВ «Техмас»	26
3.3 Виробничий план ТОВ «Техмас»	29
ВИСНОВКИ	32
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	35

ВСТУП

Актуальність роботи полягає в тому, що бізнес-планування інвестиційного проекту для організації зовнішньоекономічної діяльності набуває все більшого значення, оскільки, проводячи інвестиційну політику, компанія набуває нової системи управління, це призводить до створення нової підрозділи та усунення інших, і в кінцевому підсумку формує ринково орієнтовану організаційну структуру.

Об'єктом дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Техмас».

Предмет дослідження – бізнес-планування інвестиційного проекту по організації зовнішньоекономічної діяльності.

Мета дипломної роботи полягає в розробці та обґрунтуванні доцільності використання конкретних методологічних рекомендацій щодо підвищення ефективності існуючої організаційної структури вітчизняного підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Завдання роботи:

- синтез існуючих вітчизняних та зарубіжних теоретичних та практичних підходів до аналізу бізнес-планування та побудови механізму розробки інвестиційного проекту на сільськогосподарському підприємстві;
- вивчення практичної специфіки вітчизняного підприємства; аналіз господарської діяльності об'єкта дослідження з використанням обраних методів та вказівок щодо можливих заходів щодо побудови механізму адаптації конкретного підприємства та його продукції у середовищі на внутрішньому та, насамперед, зовнішньому ринках. Методи дослідження – порівняльний, коефіцієнтний, індексний, прийом ланцюгових підстановок та абсолютних різниць.

В першому розділі розглянуті теоретичні основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства, державне регулювання та законодавчо-правові стандарти та норми; основні положення бізнес-планування інвестиційного проекту для підприємств які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

В другому розділі досліджено методика бізнес-планування підприємства для здійснення зовнішньоекономічної діяльності, вимоги до структури бізнес-плану, проведений аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ «Техмас» та його загальна характеристика.

В третьому розділі розроблений бізнес-план інвестиційного проекту, детальний аналіз маркетингу, фінансів та виробничих потужностей підприємства

Результати проведеного в роботі аналізу дозволяють зробити певні висновки, що можуть служити теоретичною та методичною базою прийняття ефективних інноваційних рішень щодо питань бізнес-планування інвестиційного проекту.

Пропозиції за результатами дослідження: розробка методологічних і методичних аспектів формування цивілізованого ринку зерна.

Одержані результати можуть бути використанні для вдосконалення виробництва і організації зовнішньоекономічної діяльності.

Фактологічну основу роботи складають матеріали періодичних видань, науково-методичної літератури, законодавчих та нормативних документів, поточна документація підприємства (ТОВ «Техмас»).

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: державне регулювання, законодавчо-правовий аспект, стандарти та норми.

Обмін товарами між країнами здійснюється на основі міжнародного поділу праці, тобто спеціалізації окремих країн у виробництві певних видів продукції для задоволення потреб світового ринку. Така спеціалізація ґрунтується на такому принципі: «Країна повинна виробляти та реалізовувати продукцію, виробництво якої коштує дешевше, ніж інші країни, а продаж якої на світовому ринку забезпечить їй прибуток в іноземній валюті для придбання в інших країнах товарів чиє внутрішнє виробництво в цій країні неефективна країна. »Спеціалізація країн розвивалася протягом багатьох століть, спочатку вона залежала від природних переваг, тепер вона визначається рівнем розвитку технології, навичками населення, стабільністю грошової системи та багатьма іншими факторами. Загальна та галузева спеціалізація була замінена на предметну, детальну та технологічну. Це допомагає залучати все більшу кількість країн до міжнародної товарної біржі та ставить внутрішній стан економіки в різних країнах залежно від участі в такому обміні [21].

Усі держави світу різними засобами регулюють свою зовнішньоекономічну діяльність. Основними ознаками державного регулювання зовнішньої торгівлі в даний час є використання двох різних видів зовнішньоторговельної політики - протекціонізму та лібералізму. Протекціонізм має на меті забезпечити найбільш несприятливі умови продажу товарів іноземних виробників на внутрішньому ринку, а також захистити внутрішній ринок від зовнішньої конкуренції. Однак заходи щодо обмеження зовнішньої конкуренції можуть викликати реакцію з боку інших країн, тому вирішення першої проблеми має відповідати створенню

необхідних умов для експорту національних товарів на ринки інших країн та імпорту іноземних товарів . Ці завдання реалізуються завдяки використанню політики лібералізації.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності України згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» здійснюється[6]:

- Україною як державою в особі її органів в межах їх компетенції;
- недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами, торговими палатами, асоціаціями і іншими організаціями координаційного типу), які діють на підставі їх установчих документів;
- самими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на підставі відповідних координаційних договорів, які заключаються між ними.

Органами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності є:

- Національний банк України.
- Верховна Рада України.
- Кабінет Міністрів України.
- Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків України.
- Антимонопольний комітет України.
- Державне управління митного контролю України.

Засоби зовнішньоторгової політики розподіляються на такі групи:

- Нетарифні: кількісні обмеження – квотування і ліцензування; інші нетарифні методи;
- Тарифні: митні тарифи – це перелік мит, якими обкладаються товари при їх ввозі і вивозі. Мито буває трьох видів: адвалорне, специфічне і змішане;
- Торгово-політичні методи стимулювання експорту – субсидування, пільгове кредитування, державне страхування експорту, проведення особою валютної політики, податкові пільги експортерам, інформаційне, консультативне обслуговування; торгові договори і угоди.

Страхування зовнішньоекономічних операцій в Україні здійснюються державними, акціонерними, кооперативними, іноземними, змішаними та іншими страховими компаніями, а також суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, до статуту якого входять страхові операції (страхування). Вибір страхової компанії здійснюється суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності самостійно. Але страхування експортних позик, позик, індивідуальних договорів на поставку машин та обладнання, інвестицій як в Україні, так і за кордон здійснюють спеціалізовані страхові акціонерні товариства.

В Україні забороняються такі види експорту та імпорту[10]:

- вивезення з території України предметів, що представляють національну, історичну чи культурну спадщину українського народу, визначається відповідно до законів України;
- імпорт або транзит будь-яких товарів, які заздалегідь відомі, що можуть завдати шкоди здоров'ю або становити загрозу життю населення та дикої природи або призвести до руйнування довкілля;
- імпорт продукції та послуг, що містять пропаганду ідей війни, расизму та расової дискримінації, геноциду тощо, що суперечать відповідним нормам Конституції України;
- експорт та імпорт товарів здійснюються з порушенням прав інтелектуальної власності.

Ввозиться на територію України, підлягає перехресній сертифікації на відповідність їм фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних та екологічних норм. За відсутності національних стандартів та вимог України щодо певного товару застосовуються відповідні міжнародні стандарти та вимоги або закордонні стандарти та вимоги, що діють у провідних країнах-експортерах цієї продукції.

Якщо Україна уклала договір із відповідною державою про взаємне визнання результатів сертифікації товарів, то їх суб'єкти господарювання можуть пред'явити свої сертифікати. В Україні діє розгалужена система підприємств та організацій з питань сертифікації (УкрСЕПРО). Основна його

організація - Український державний науково-виробничий центр стандартизації (УкрЦСМ), який видає напрям на сертифікацію.

Державні органи управління України та місцеві ради мають право розміщувати, як правило, на конкурсних засадах державні замовлення на виробництво, експорт та імпорт товарів серед зовнішньоекономічної діяльності. Останні приймають державні замовлення виключно на громадських засадах на умовах та у розмірі, визначених цивільно-правовими угодами, укладеними між цими суб'єктами господарювання та державним замовником. Іноземні суб'єкти господарювання користуються різними правами і повинні нести однакові зобов'язання щодо суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України у разі тендеру на розміщення державного замовлення[18].

1.2. Завдання та основні положення бізнес-планування інвестиційного проекту для підприємств які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Україна сьогодні на шляху до всебічних економічних перетворень. За таких умов створення стабільного інвестиційного процесу є питанням особливого значення.

На жаль, інвестиційний клімат в Україні не можна назвати сприятливим. Він характеризується загальною економічною нестабільністю, нестабільністю законодавства, недостатньо розвиненою банківською системою та відсутністю фінансових ресурсів всередині країни. Поки не сформувалася стабільна практика кредитування підприємств, відсоток, за яким українські банки погоджуються надавати кошти на інвестиційні проекти, дуже часто перевищує норму прибутку, закладену в проекті. Це, звичайно, унеможлиблює реалізацію рентабельних інвестиційних проектів.

За таких умов шляхи отримання грошей на реалізацію певних планів ведуть за кордон. Коли неможливо використовувати вітчизняні фінансові ресурси, кредитні кошти іноземних інвесторів стають дуже привабливими. Незважаючи на не дуже привабливі умови, великі інституційні західні інвестори, міжнародні фінансові установи та фонди починають звертати увагу на український ринок. Мотиви цього можуть бути різними. Українське економічне середовище і приваблює, і відштовхує[13].

З огляду на загальні тенденції розвитку інвестиційних процесів ми переходимо до аналізу процесу створення, планування та реалізації конкретного бізнес-проекту. Звичайно, жоден інвестиційний проект не може розглядатися ізольовано від конкретного підприємства. Кожне підприємство протягом свого життєвого циклу проходить різні етапи розвитку, які обумовлюються тими проектами, що здійснюються підприємством, і операційна діяльність вже є похідним від цього процесу.

Будь-який інвестиційний проект проходить три основні фази свого розвитку, це передінвестиційна фаза, фаза інвестування та операційна чи операційна фаза. Планування проекту здійснюється у передінвестиційній фазі за наступною структурою:

- Аналіз інвестиційних можливостей (Identification);
- Аналіз альтернатив проекту та попереднє визначення (Feasibility Study);

- Попереднє ТЕО (Pre-Feasibility Study);
- Бізнес-план (BUSINESS PLANNING).

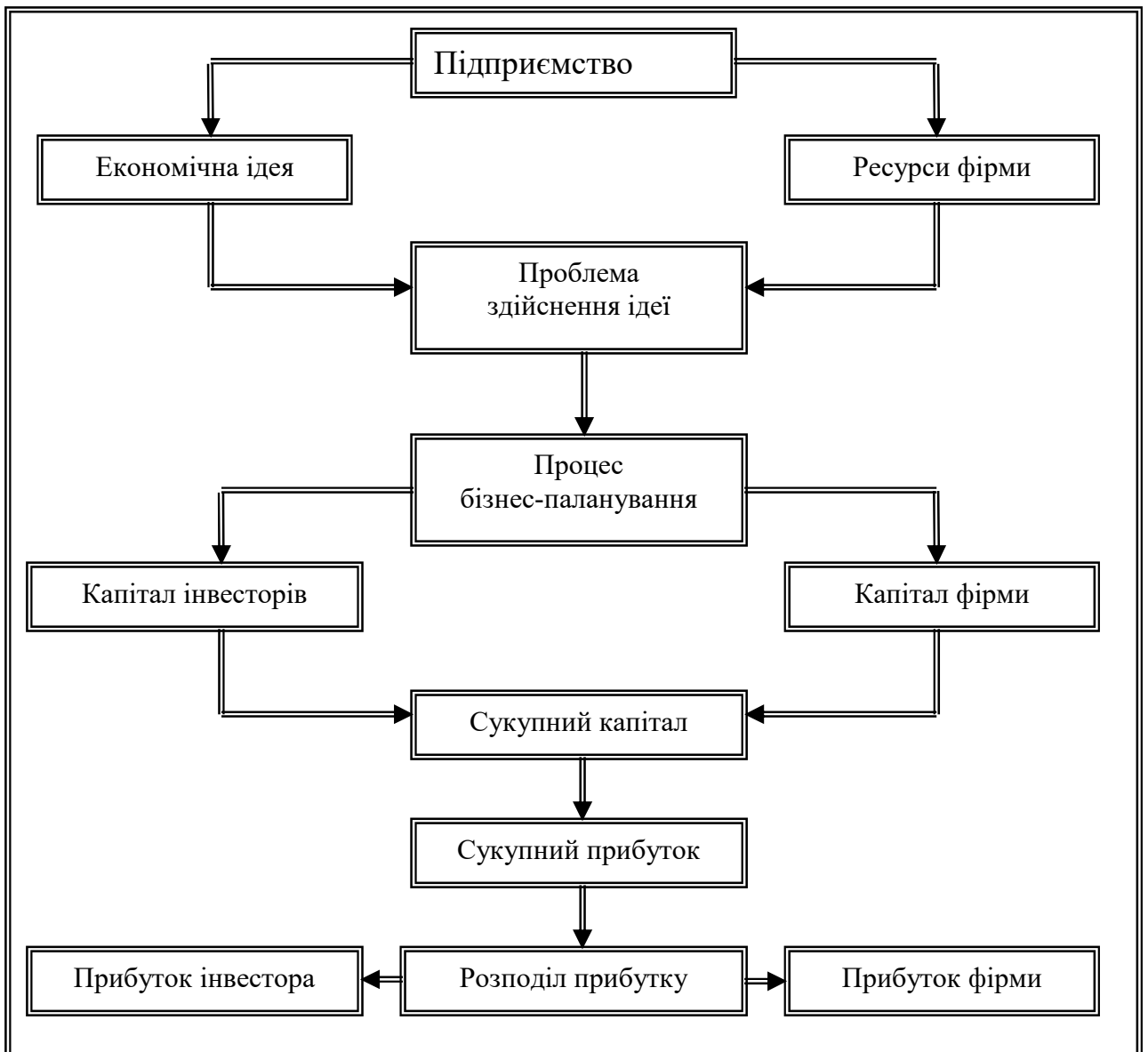


Рис.1.1. Структура процесу бізнес-планування

Як бачимо, вінцем процесу планування проекту є створення бізнес-плану.

Бізнес-план - це концепція набагато ширша, ніж це зазвичай уявляється. Принаймні, в нашій країні, за відсутності практики бізнес-планування, вона дуже часто ототожнюється з штучними економічними розрахунками, або техніко-економічним обґрунтуванням. Насправді підготовка бізнес-плану інвестиційного проекту вимагає роботи більше

одного фахівця, але, як буде обговорено пізніше, кожен бізнес-проект торкається великої кількості питань, пов'язаних з різними сферами знань. Це насамперед питання економічної ефективності, маркетингового аналізу, фінансового планування та навіть політичних аспектів. Треба сказати, що навіть на Заході, де вже сформовані чіткі історичні традиції планування будь-якої економічної діяльності, тим більше інвестиційна активність, немає єдиного стандарту для розвитку бізнес-плану. В першу чергу це пов'язано з різницею цілей бізнесу або окремих проектів, а також з багатьма варіантами середовища, в якому вони будуть працювати[7].

Структурно-логічна схема процесу бізнес планування зображена на рис. 1.1. Вона пояснює місце процесу бізнес-планування у житті будь-якого інвестиційного проекту[19].

Хоча в цілому бізнес-план вважається інструментом для отримання кредиту, він безумовно виконує функції набагато глибші:

- виявлення цілей бізнесу;
- сприяння виробленню стратегії та оперативної тактики для досягнення цілей бізнесу;
- створення системи вимірювання результатів діяльності;
- надання інструментів для управління бізнесом;
- виявлення альтернативних напрямків розвитку.

РОЗДІЛ 2 МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

2.1. Вимоги, аспекти та структура бізнес-плану

Існують різні вимоги до бізнес-плану для існуючої компанії та для компанії, яка починає створюватися, існування якої залежить від цього проекту.

Що стосується існуючої компанії, бізнес-план повинен містити звіт про минулу роботу та базуватися на ній, тоді як у випадку нової компанії особливу увагу слід приділяти самому проекту.

Бізнес-план - це документ, який укладає бізнес-можливості та перспективи та пояснює, як ці можливості можуть бути реалізовані існуючою командою менеджерів та спеціалістів. Письмова заява бізнес-плану робить процес його розробки більш ефективним, а сам план - систематичним та стислим[9].

Розробка бізнес-плану необхідна, принаймні, в силу наступних п'яти причин[23]:

- По-перше, нові економічні умови вимагають від нових підприємців і дають їм можливість спробувати свої "підприємницькі" здібності. Однак багато хто з цих людей ніколи не ведуть бізнес, а тому дуже мало представляють весь спектр проблем, пов'язаних з підприємництвом в умовах ринкової економіки;

- по-друге, економічне середовище постійно змінюється і ставить досвідчених підприємців у необхідність прорахувати свої майбутні кроки. Крім того, старий досвід, який вони набули в умовах командно-адміністративної системи управління, можна швидше оцінювати негативно, ніж позитивно (звичка очікувати команди «згори», відсутність ініціативи,

безвідповідальне ставлення до «інших гроші людей », штучна життєздатність збиткових підприємств тощо.)

- по-третє, бізнес-план є сполучною ланкою, що з'єднує організаторів виробництва та інвесторів. Якщо підприємець покладається не лише на власні кошти, але хоче залучити кошти інших сторін, тобто зацікавити потенційних інвесторів, у тому числі іноземних, інвестувати в запропонований бізнес, необхідно довести їм ефективність такої інвестиції.

- по-четверте, бізнес-план, перш за все, дозволить чітко визначити перспективи бізнесу, оцінити поточну економічну ситуацію та можливості, визначити перспективні напрямки розвитку компанії та всі необхідні дії для досягнення її цілей, проаналізувати її ідеї, перевірити їх розумність. і реалізм;

- навпаки, бізнес-план буде слугувати стандартом для вас та ваших працівників, з якими ви будете перевіряти результати практичної діяльності щодо його впровадження та вносити необхідні корективи в ці заходи.

Необхідно врахувати розроблену бізнес-план «карту польотів», яка визначає найбільш бажаний, оптимальний у часі і найменш ризиковий маршрут для досягнення цілей. Однак численні фактори, в тому числі "несподівана зміна погоди", можуть суттєво змінити плани. Спробуйте передбачити можливі відхилення, розробити "резервні варіанти" та підготуйте "сайдинг".

Можна класифікувати бізнес-плани за певними ознаками[9]:

- за сферою бізнесу (виробництво, в т.ч. і сільськогосподарське, будівництво, роздрібна і оптова торгівля, надання послуг тощо);
- за масштабами проекту (великий, середній, малий);
- за характеристиками продукту (традиційний, принципово новий, виробничо-технічного чи споживчого призначення).

В ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші функції:

- зовнішню – ознайомлення різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

- внутрішню – опрацювання механізму самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

Специфіка сфери майбутнього бізнесу також суттєво впливає на зміст та структуру бізнес-плану. Так обґрунтування підприємницького проекту у сфері виробничої діяльності вимагає ґрунтовнішого та “об’ємнішого” бізнес-плану внаслідок самої природи цієї сфери.

Бізнес-планування у сільському господарстві має низку специфічних особливостей, що обумовлені дефініцією аграрного виробництва. Успішний бізнес-план аграрного формування повинен комплексно враховувати всю сукупність біологічних, технічних, екологічних, соціальних та економічних аспектів.

Зміст і структура бізнес-плану залежать також і від інших факторів, зокрема[7]:

- конкретних характеристик майбутнього продукту бізнесу та стадії його життєвого циклу;
- ступеня конкуренції в галузі;
- можливостей розширення бізнесу в майбутньому.

Наявність багатьох факторів, які впливають на зміст, структуру та обсяг бізнес-плану, свідчить про відсутність певної стандартної, універсальної, "найкращої" форми бізнес-плану. Кожен підприємець або компанія складає бізнес-план по-своєму. Підходи до його розвитку будуть оцінені відповідно до характеру бізнесу, особливостей його оточення, конкретних цілей бізнес-плану, індивідуальних запитів потенційних інвесторів. Але це зовсім не означає, що немає загальних вимог щодо обробки бізнес-плану. Існує ряд ключових питань, які потрібно ретельно вивчити, оцінити та вирішити у кожному бізнес-плані.

У цьому випадку за основу можна взяти таку структуру: титульний аркуш, зміст, резюме, галузь, компанія та її продукція (послуги), маркетингові дослідження, план маркетингу, план виробництва,

організаційний план, оцінка ризиків, захист навколишнього середовища, фінансовий план, додатки.

Перш ніж розробляти бізнес-план, потрібно переконатися, що бізнес-ідея є перспективною. Починати розробку бізнес-плану потрібно з опису товару чи послуги, приділяючи особливу увагу конкурентоспроможності та питанням патенту та ліцензування.

Потім розробляються маркетингові секції з визначенням ринків та обсягів продажу. Цей розділ є ключовим - без вирішення питання про маркетингову продукцію розробка інших розділів не має сенсу.

І звичайно, слід звернути особливу увагу на ефективність проекту, можливі ризики та гарантії повернення інвестицій[19].

Особиста участь менеджера (поточного чи потенційного) у підготовці бізнес-плану настільки важлива, що багато інвесторів взагалі відмовляються розглядати заявки на кошти, якщо стане відомо, що бізнес-план був підготовлений від початку та до кінця зовнішні консультанти, а менеджер лише підписав його. Розробка бізнес-планів - саме те, що повинен робити лідер. Кожен раз, коли ви розробляєте бізнес-план, ви стаєте все більш досвідченим підприємцем.

Залежно від цілей, для яких розробляється бізнес-план: для продажу або як внутрішній документ, можна виділити два типи плану[23]. Перший тип бізнес-плану - офіційний (оптимальний розмір - не більше 35-40 сторінок) - це короткий підсумок на папері минулого, сучасного та майбутнього вашого бізнесу. Це необхідно для потенційних партнерів, інвесторів та акціонерів підприємства. Як правило, він розглядає три варіанти розрахунку: оптимістичний, песимістичний та реальний. Не захарашуйте це діаграмами та малюнками, щоб зробити його більш науковим. Використовуйте лише ті, без яких важко зрозуміти зміст бізнес-плану. Поява плану має бути самоціллю, головне - доступність у розумінні його змісту.

Другий тип бізнес-плану - це робочий документ для першої особи підприємства, команди розробників та консультантів проекту. Вона

зосереджена на робочому інформаційному матеріалі. Це називається робочим бізнес-планом і дозволяє

- розуміти важливість офіційного бізнес-плану;
- скласти програму своїх дій задовго до реалізації проекту;
- детально розглянути можливі рішення виникаючих проблем, і таким чином ви зможете подолати в майбутньому, оскільки будете готові приймати рішення, щоб уникнути помилок в офіційному бізнес-плані;
- визнати та оцінити два основні типи ризиків у бізнесі: внутрішні, над якими ти можеш загалом контролювати (персонал, товарні запаси), та зовнішні (економіка країни, законодавство), той, який ти не в змозі змінити;
- здійснювати детальний моніторинг стану справ з урахуванням постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища на основі моніторингу;
- за необхідності слугуватимуть орієнтиром для модернізації (коригування) офіційного бізнес-плану.

Частина документації робочого бізнес-плану може бути використана як додатки до офіційного плану або надана на прохання партнерів та членів команди розвитку.

2.2. Загальна організаційна характеристика підприємства ТОВ «Техмас»

Підприємство має статутний фонд, розділений між учасниками на частки, розмір яких визначено установчими документами. На даному етапі підприємство, згідно закону “Про підприємства”, належить до середнього бізнесу. Діяльність таких підприємств регламентує ціла низка законів та законодавчих актів, найважливішими з них є: Закон України “Про підприємництво”, Цивільний Кодекс України, Закон України “Про власність”, Закон України “Про підприємства в Україні”. Підприємство характеризується незалежним менеджментом та власним капіталом, здатне

легко пристосовуватись до коливань попиту та спроможне виживати при погіршенні економічної кон'юнктури ринку.

З моменту створення підприємством був набутий певний досвід по закупівлі сільгосппродукції та наданню послуг сільськогосподарським підприємствам по постачанню сільгосптехніки, запчастин, ПММ.

З 2010 року основним напрямком діяльності підприємства стала закупівля сільськогосподарської продукції. При вирішуванні цих завдань підприємством було створене власне спеціалізоване автогосподарство по перевезенню сільгосппродукції. В 2012 році придбана виробнича база, яка протягом 2013 року після часткової реконструкції виконує функції елеватору і розташована за адресою смт. Степанівка, вул. Центральна, 43. Даний комплекс включає складські приміщення, які дозволяють забезпечити безперебійне приймання зерна від постачальника, повне його збереження з покращенням якісних показників в процесі збереження, а також формування партій для відправки споживачам. Наявні складські приміщення в теперішній час дозволяють зберігати до 10 тисяч тон зернових культур. Наявні під'їдні колії і маневровий тепловіз дають можливість оперативно виробляти роботи по поданню-прибиранню вагонів-зерновозів. Для забезпечення безперебійної роботи виробничої бази створена ремонтно-будівельна бригада.

На сьогоднішній день підприємство має всі необхідні структурні підрозділи для виконання вищевказаних робіт та послуг. На підприємстві створені такі підрозділи:

- комерційний відділ (закупівля і збут);
- відділ маркетингу (маркетингова та аналітична діяльність);
- юридичний відділ (забезпечення правової бази);
- служба безпеки (охорона майна і робітників підприємства);
- автотранспортний відділ (доставка продукції на елеватор);
- елеватор (виробничо-вимірювальна лабораторія, обладнання по сушінню та підробці зерна);

- будівельно-ремонтна бригада;
- залізничне господарство (під'їздні колії, маневровий тепловіз);
- відділ відвантаження (експедиційне обслуговування вантажів з/д транспортом до споживача).

Створення вищевказаних служб дозволяє вести планову господарську діяльність, що дає можливість підвищити оперативність в роботі і конкурентоздатність підприємства.

2.3. Аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ «Техмас»

Аналіз господарської діяльності підприємства характеризується обсягами продажу та експорту зернових та олійних культур, динамікою чисельності робітників, оснащеністю фондами та основними показниками розвитку підприємства.

Аналіз обсягів продажу та експорту зернових і олійних культур в динаміці за 3 роки:

Таблиця 2.1 - Обсяг продажу зернових і олійних культур, тонн

Культура	2017р.	2018р.	2019р.	2019р. до 2017 р.: +/-
Пшениця продовольча	90,0	279,0	1180,6	+13,1
Пшениця фуражна	1050,0	3255,0	13773,8	+12723,8
Ячмінь продовольчий	60,0	186,0	787,1	+727,1
Ячмінь фуражний	1440,0	4464,0	18889,8	+17449,8
Соняшник	360,0	1116,0	4722,5	+4362,5
Всього	3000,0	9300,0	39353,8	+36353,8

З даних таблиці видно, що обсяг реалізації в 2019р. порівняно з 2017р. збільшився на 36353,8 т, тобто в 13,1 раза. Провідні місця в структурі реалізації займають ячмінь фуражний (48%) та пшениця фуражна (35%).

Таблиця 2.2 - Обсяг експорту зернових і олійних культур, тонн

Культура	2017р.	2018р.	2019р.	2019 р. до 2017р.: +/-
Пшениця продовольча	72,1	18,1	284,4	+212,3
Пшениця фуражна	841,2	210,8	3317,6	+2476,4
Ячмінь продовольчий	48,1	12,0	189,6	+141,5
Ячмінь фуражний	1153,7	289,1	4549,8	+3396,1
Соняшник	288,4	72,3	1137,5	+849,0
Разом	2403,5	602,4	9478,8	+7075,3

Експорт зерна в загальному обсязі реалізації в 2017 р. склав 25%. Досить низький рівень експортних операцій був зумовлений складною ситуацією в чорноморських портах України ти підвищенням ввізного мита на певну групу зернових до країн ЄС.

Кількісний склад робітників підприємства збільшився в 5 разів, що пов'язано зі збільшенням обсягів закупівлі і реалізації зернових, а також з організацією роботи елеватора.

Таблиця 2.3 - Оснащеність підприємства фондами та ефективність їх використання

Показники	2017р.	2018 р.	2019 р .	2019 р. до 2017 р.: +/-
Вартість основних фондів, тис. грн.	430,0	844,0	1300,0	+870,0
Вартість оборотних фондів, тис. грн.	44,3	115,8	1416,0	+1371,7
Фондоозброєність, тис. грн.	30,7	17,9	16,8	-13,9
Фондовіддача	23,3	14,2	11,5	-11,8
Фондомісткість	0,043	0,070	0,087	+0,044

Вартість основних фондів підприємства збільшилась за 3 роки на 870,0 тис. грн. за рахунок додаткових капітальних вкладень в розвиток виробничої бази та збільшення її виробничих потужностей. Фондовіддача за 3 роки зменшилася в 2 рази, фондомісткість збільшилася в 2 рази.

Діяльність підприємства має чітку тенденцію до збільшення прибутковості, про що свідчать дані таблиці 5. Чистий прибуток за 3 роки

збільшився з 851,67 до 1277,50 тис. грн., тобто на 33%. Збільшення прибутковості відбулося як за рахунок збільшення обсягів діяльності підприємства, так і за рахунок правильного управління господарською діяльністю підприємства на всіх рівнях. Чистий прибуток в 2019 році склав 32,46 грн. від продажу 1 т зерна. Отже, можна зробити висновок, що діяльність з продажу зерна є економічно ефективною.

До основних показників розвитку підприємства відносяться: загальний обсяг продажу; собівартість реалізованих товарів; валовий прибуток; операційні витрати; операційний прибуток; сплата відсотків за користування кредитом; чистий прибуток до сплати податків; податок з прибутку; чистий прибуток.

Таблиця 2.4 - Аналіз доходів і витрат за 2017-2019 р.р., тис. грн..

Показник	роки			2019 до 2017: +/-
	2017	2018	2019	
А. Загальний обсяг продажу товарів	10000,00	12000,00	15000,00	5000,00
Б. Собівартість проданих товарів - разом	8500,00	10200,00	12750,00	4250,00
В. Валовий прибуток (А-Б)	1500,00	1800,00	2250,00	750,00
Г. Операційні витрати - разом	283,33	340,00	425,00	141,67
Д. Операційний прибуток (В-Г)	1216,67	1460,00	1825,00	608,33
Е. Сплата відсотків за кредит	0,00	0,00	0,00	0,00
Є. Чистий прибуток до сплати податків (Д-Е)	1216,67	1460,00	1825,00	608,33
Ж. Податок з прибутку	365,00	438,00	547,50	182,50
З. Чистий прибуток (Є-Ж)	851,67	1022,00	1277,50	425,83

РОЗДІЛ 3 БІЗНЕС-ПЛАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ПО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТЕХМАС»

3.1 Маркетинговий план ТОВ «Техмас»

Маркетингові та фінансові плани фактично є частиною бізнес-плану. Але в деяких випадках вони можуть грати самостійну роль.

У маркетинговому плані бажано показати:

- маркетингова тактика на найближче майбутнє;
- маркетингова стратегія на майбутнє.

Основна мета маркетингового плану - визначення заходів щодо підвищення рентабельності господарської діяльності та забезпечення умов для подальшого розвитку підприємства.

Доцільно, щоб у маркетинговому плані були відображені наступні моменти:

1. Метою діяльності підприємства (досягнення прибутку, захоплення частки ринку, розширення підприємства тощо), основні положення плану реалізації;
2. маркетингова мета (на рік планування, на наступні 3-5 років): що, де, кому, за якими цінами / орієнтовно / продати; основні партнери та замовники; потреба у фінансах (прибуток, грошові кошти, грошові надходження тощо) та позичковий капітал;
3. зовнішні впливи, які можуть змінити способи та засоби досягнення маркетингових цілей (зміни в законодавстві, системах дистрибуції, кон'юктурі ринку, регіональних умовах тощо);
4. ринок підприємства, його структура, потужність та тенденції, перспективи, характеристики попиту та платоспроможності споживачів;
5. стратегія досягнення мети в контексті основних проблем:
 - конкурентне змагання;
 - реклама і пропогування;

- системи дистрибуції і продажу;
- основні маркетингові заходи і акції (ярмарки, виставки, торги, зустрічі, семінари тощо);
- раціоналізація виробничих і підприємницьких чинників (персонал, технологія виробництва, підготовка товару тощо).

Продаж продукції - методи, форми, канали: рішення щодо каналу розповсюдження продукції є одним із найважливіших рішень, з якими стикається компанія. Плани компанії щодо каналу дистрибуції впливають на всі інші маркетингові рішення. Канал розповсюдження - це сукупність незалежних організацій, які беруть участь у процесі просування товару від виробника до споживача. Послугами посередників користуються, оскільки вони здатні найкраще запропонувати товари цільовому ринку. Використовуючи їхні контакти, досвід, переваги спеціалізації та високу якість роботи, посередники дуже часто можуть принести виробнику більше користі, ніж якби він продавав свою продукцію самостійно. З економічної точки зору завданням торговельних посередників є перетворення асортименту продукції, що виробляється виробниками, в асортимент товарів, які потребують споживачі. Таким чином, посередники відіграють важливу роль у встановленні відповідності між попитом та пропозицією. Кожна канална система пропонує різні рівні прибутку та витрат.

Функції каналу розподілу:

- 1) збирання інформації, проведення маркетингових досліджень, розповсюдження результатів цих досліджень, які необхідні для складання планів;
- 2) розробка і розповсюдження рекламної інформації про пропонуємий товар;
- 3) пошук потенційних партнерів і налагодження зв'язків із ними;
- 4) оформлення та "підгонка" пропозицій до вимог споживачів (розподіл зерна на класи);

- 5) досягнення угод про ціну та інші умови, при яких право власності або право володіння товаром може бути передано іншим особам або організаціям;
- 6) транспортування та складання товарів;
- 7) пошук та використання засобів на покриття витрат по забезпеченню функціонування каналу;
- 8) прийняття відповідальності за виконання функцій каналу розподілу.

ТОВ «Техмас» використовує традиційний канал розподілу:

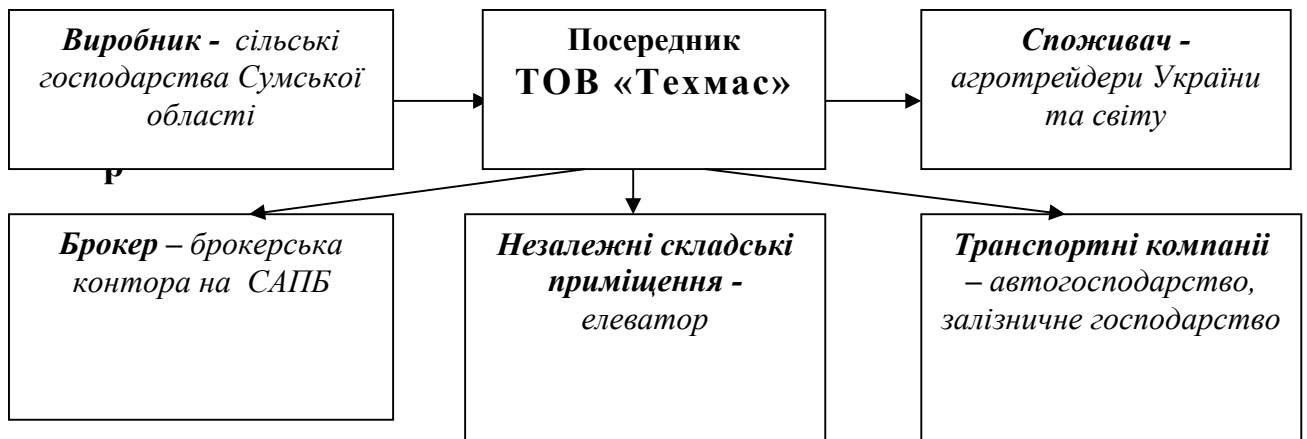


Рис. 3. 1. Канал розподілу продукції

Реклама - будь-яка форма неособистої презентації ідей, товарів, послуг, оплачена конкретним спонсором. Мета реклами - інформативна, тобто повідомляти виробникам та споживачам про підприємство, створюючи імідж підприємства. Рекламна стратегія - широта охоплення території України; засоби розповсюдження: газети, журнали, розсилка, зовнішня реклама; Графік використання медіа: сезонний.

Формування громадської думки - це створення іміджу платоспроможної компанії серед сільгоспвиробників та створення іміджу компанії, яка здатна забезпечити поставки зерна порядку 10 000 тонн серед українських торговців.

Стимулювання збуту - збільшення закупівельної ціни на зерно у великих кількостях, оперативне коригування цін з урахуванням зміни цін у порту.

Виробнича діяльність пов'язана з грошовим обігом та фінансами. Успіх у фінансах підтверджує успіх у підприємстві.

3.2 Фінансовий план ТОВ «Техмас»

Фінансове планування є найважливішим з погляду майбутнього підприємства. Особливе значення має фінансове планування при формуванні підприємства, коли наявність фінансових ресурсів часто є головним обмежуючим фактором.

Фінансове планування не може базуватися на поверхневій уяві, аматорських знаннях. Фінансова робота в різних структурах бізнесу має свої особливості.

Однак є деякі загальні риси:

- централізація фінансових ресурсів та їх мобільність;
- фінансове планування з порівнянням доходів із витратами;
- формування фінансових резервів та спеціальних фондів;
- Пріоритетне виконання фінансових зобов'язань перед працівниками, партнерами та податковою системою.

Фінансові ресурси поділяються на:

- власні та рівнозначні їм;
- мобілізований на фінансовому ринку;
- утворюються шляхом перерозподілу чи залучення.

Прогноз обсягів продажу та експорту зернових на 2020-2022 рр. (табл. 3.1 та 3.2):

Таблиця 3.1 - Прогноз обсягів продажу зернових

Культура	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Пшениця продовольча	2850,0	3000,0	3150,0
Пшениця фуражна	33250,0	35000,0	36750,0
Ячмінь продовольчий	1900,0	2000,0	2100,0
Ячмінь фуражний	4560000,0	4800000,0	5040000,0
Соняшник	11400,0	12000,0	12600,0
Разом, тонн	95000,0	100000,0	105000,0

Таблиця 3.2 - Прогноз обсягів експорту зернових

Культура	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Пшениця продовольча	750,0	900,0	1050,0
Пшениця фуражна	8750,0	10500,0	12250,0
Ячмінь продовольчий	500,0	600,0	700,0
Ячмінь фуражний	12000,0	14400,0	16800,0
Соняшник	3000,0	3600,0	4200,0
Разом, тонн	25000,0	30000,0	35000,0

З точки зору основ підприємництва важливими показниками фінансового планування є:

- грошова виручка (G_v)

$$G_v = (Q * C_n),$$

де Q – кількість реалізованої продукції, (3.1)

C_n – зміна реалізації відповідного виду продукції;

- прибуток та чистий прибуток:

а) прибуток (Pr) (валовий прибуток)

$$Pr = G_v - C_v, \quad (3.2)$$

де C_v – повна собівартість реалізованої продукції.

б) чистий прибуток ($ЧPr$)

$$ЧPr = Pr - Pd, \quad (3.3)$$

де Pd – сума податків та обов'язкових відрахувань.

Розрахунок можливої суми податків в сучасних умовах є досить складним і проблематичним, що в значній мірі пов'язано із складністю та не оправданим динамізмом нормативної бази, її неоднозначністю. З цим питанням рекомендується звернутись за консультацією до відповідних фахівців.

Таблиця 3.3 - План доходів і витрат на 2020-2022 рр.:

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.
А. Загальний обсяг продажу товарів	36100,00	38000,00	39900,00
Б. Собівартість проданих товарів	30685,00	32300,00	33915,00
В. Валовий прибуток (А-Б)	5415,00	5700,00	5985,00
Г. Операційні витрати	1022,83	1076,67	1130,50
Д. Операційний прибуток (В-Г)	4392,17	4623,33	4854,50
Е. Сплата відсотків за кредит	240,00	240,00	240,00
Є. Чистий прибуток до сплати податків (Д-Е)	4152,17	4383,33	4614,50
Ж. Податок з прибутку	1245,65	1315,00	1384,35
З. Чистий прибуток (Є-Ж)	2906,52	3068,33	3230,15

В результаті додаткових капіталовкладень в розмірі 4 млн. грн. підприємство матиме змогу збільшити обсяг закупівлі і реалізації зернових культур в середньому до 100 тис. тонн в рік. При запланованому чистому доході 32 грн. на 1 тону чистий доход за роки складе 9,205 млн. грн.

Як похідні аналітичні показники використовують:

а) рівень чистої рентабельності ($R_{чр}$)

$$R_{чр} = \frac{ЧПр}{Зг} * 100, \quad (3.4)$$

б) рівень окупності ($P_{овк}$) власного капіталу ($Kв$)

$$P_{овк} = \frac{ЧПр}{Kв * 100} \quad (3.5)$$

в) рівень окупності ($P_{ок}$) повного капіталу (K) з врахуванням платежів (проценти банку, дивіденди та ін.) за користування ним ($Д$)

$$P_{ок} = \frac{ЧПр + Д}{К} * 100. \quad (3.6)$$

Отже, залучення додаткових коштів є економічно обґрунтованим для ТОВ «Техмас» і цілком безпечним для потенційного інвестора в особі банку.

3.3 Виробничий план ТОВ «Техмас»

Додаткові грошові кошти в розмірі 4 млн. грн. планується використати на реконструкцію, модернізацію, переоснащення, збільшення виробничих потужностей елеватора, поповнення автопарка вантажними автомобілями таким чином:

- будівництво залізничних вагів – 260 тис. грн.;
- будівництва автомобільних вагів – 190 тис. грн.;
- обладнання для будівництва зерносховища на 10000 тонн з активною вентиляцією – 1272,0 тис. грн.;
- монтаж обладнання в зерносховищах – 400 тис. грн.;
- закупівля вантажних автомобілів в кількості 5 шт. вантажопідйомністю 20 тонн на загальну суму 950,0 тис. грн.;
- заміна кровельного покриття складських приміщень зерносховищ – 88 тис. грн.;
- поповнення оборотних засобів – 720,0 тис. грн.

Важливий і практично перевірений прийом бізнес-планування є SWOT-аналіз.

(S – strength – сила; W – weakness – слабкість; O – opportunities – можливості; T – threats – загрози).

Табл. 3.4 - SWOT-аналіз ТОВ «Техмас»

Фактори	Позитивні	Негативні
Внутрішні	<ul style="list-style-type: none"> • підприємство є лідером в Сумській області по закупівлі зернових культур • стабільність поставок • безперервність роботи підприємства • налагодження нових зв'язків з постачальниками • задовільна якість поставляємої продукції • задовільна якість надаваних послуг 	<ul style="list-style-type: none"> • недоукомплектованість обладнанням для елеватору та лабораторії, недостаток вантажного автотранспорту, що стримує розвиток підприємства
Зовнішні	<ul style="list-style-type: none"> • економічна ситуація: розширення ринків збуту с/г продукції за межі України • демографічні зміни: попит на с/г продукцію зростає із зростанням чисельності населення земної кулі • ринок: популярність зерна українського походження 	<ul style="list-style-type: none"> • політичний фактор: державна політика України, а саме прийняття законів, які утиснюють права суб'єктів підприємницької діяльності в аграрній сфері, • прийняття високих мит іноземними державами при ввезенні зернових з території України

В перебігу SWOT-аналізу необхідно показати:

а) “сильні сторони” – позитивні характеристики суб'єкта, об'єкта підприємництва (кваліфікація, досвід, традиції, вигідні партнери, ефективна технологія, інвестор, “ноу-хау”, винахід, ліцензія і т.д.), які можуть створити добрі умови для успіху;

б) “слабкі сторони” – характеристики, які за певних умов можуть утруднити підприємницьку діяльність, створити загрозу успіху, підвищити ризикованість. Серед них – низька кваліфікація, непостійність, відсутність досвіду, традицій, дисципліни, технології, недостатня технічна оснащеність, нестача фінансів, капіталу, некритична оцінка реальних можливостей,

неврегульованість юридичних питань, відсутність землі, потужні конкуренти;

в) “можливості” – спеціальні, властиві даному підприємству характеристики, які можуть забезпечити гарантований успіх;

г) “загрозливі чинники” – фактори, які за певних умов можуть повністю унеможливити підприємницьку діяльність. Наприклад: поширення хвороб, проти яких не має ефективного засобу боротьби, неврегульованість юридичних питань, ненадійні партнери, входження в ринок потужного конкурента, орієнтація на товар, що має тимчасовий попит тощо.

SWOT- аналіз, при вмілому застосуванні дозволяє правильно зорієнтувати підприємство та його діяльність, вибрати тактику і стратегію. Результати бажано показати в вигляді таблиці або схеми, об'єднавши їх за основними групами підприємницьких чинників: люди (працівники), продукція, ринкове середовище, фінанси.

ВИСНОВКИ

Перехід України до ринкової економіки потребує кардинальних змін у функціонуванні системи державного регулювання виробничих процесів у суспільстві. Його суть полягає, з одного боку, у різкому зменшенні всебічного впливу державного регулювання економічного механізму господарської діяльності сільськогосподарських підприємств, значному ослабленні втручання держави у їх економічні процеси, а з іншого - у заміна існуючих у адміністративно-плановій економіці форм та методів державного регулювання. Слід вважати, що роль державного регулювання економічних процесів у перехідний період до ринкових відносин залишається значно вищою, ніж в умовах розвиненої ринкової економіки.

Основні концептуальні положення щодо формування та реалізації аграрної політики України насамперед включають забезпечення продовольчої безпеки країни, забезпечення пріоритетного розвитку агропромислового комплексу з визнанням сільського господарства основним сектором національної економіки, створення умов для стабілізації та збільшення сільськогосподарського виробництва. Становлення багатогранної аграрної економіки, що забезпечує свободу вибору нових організаційно-правових форм господарювання на основі вдосконалення земельних та майнових відносин власності, набуває все більшого значення[16].

Одним із стратегічних напрямів аграрної політики України є створення умов для збалансованого поєднання державного регулювання економіки агропромислового виробництва з економічною свободою підприємств і організацій в умовах переходу до ринкових відносин. Державна підтримка розвитку агропромислового комплексу спрямовується на забезпечення соціально-економічного захисту вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників, формування внутрішнього ринку продовольства, матеріальних ресурсів, робочої сили та виведення агропромислового виробництва на світовий ринок.

Особлива увага звертається на удосконалення організаційно-

економічних механізмів цінового регулювання, кредитно-фінансової системи та податкової політики, спрямованих на стимулювання розвитку агропромислового виробництва. Чільне місце відводиться державі щодо забезпечення прискореного розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування та хімічної промисловості для повного забезпечення агропромислового виробництва сучасною технікою, мінеральними добривами, хімічними засобами захисту рослин, препаратами ветеринарної медицини для потреб тваринницьких галузей. Вектор інвестиційної політики спрямовується на відновлення та розвиток ресурсного потенціалу сільськогосподарського виробництва та харчової промисловості. Важливим напрямом аграрної політики нині є відновлення роботи зрошувальних і осушувальних систем з метою ефективної віддачі меліорованих земель як одного із джерел нарощування виробництва сільськогосподарської продукції.

Передбачається, що розвиток інтеграційних процесів у виробництві сільськогосподарської продукції та їх промисловій переробці з метою виготовлення високоякісної конкурентоспроможної кінцевої продукції споживання буде спрямований на практичну площину. Успішне вирішення продовольчої проблеми вимагає термінової розробки новітніх ресурсозберігаючих технологій виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції та збереження природного середовища. На продовольчому ринку є всі категорії сільськогосподарських підприємств та ферм, підприємств харчової промисловості, закупівельних організацій, комерційних структур, оптової та роздрібною торгівлі, сільськогосподарських бірж тощо. Ефективність їх функціонування визначається системою факторів. Що стосується факторів ефективності виробництва, то це системи умов (факторів), кожен з яких так чи інакше впливає на ефективність управління. Загалом вони представляють сукупність кліматичних, організаційних, економічних, наукових, технічних, соціальних і політичних умов функціонування продуктивних сил та виробничих відносин.

Взаємодіючи в сукупності, вони визначають рівень ефективності виробництва в цілому для національної економіки, у галузевих харчових підкомплексах, окремих економічних структурах та галузях.

Зернове господарство в майбутньому матиме пріоритетне значення в економіці держави. Виходячи з цього, визначається рівень виробництва зерна, який би задовольняв потреби внутрішнього попиту та забезпечував би зростання експортного потенціалу.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс] // ВВР. – 2003. – №№18-22. – ст.144 – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>
2. Митний кодекс України: Закон України №4495-VI від 13.03.2012 р. [Електронний ресурс] // Голос України. – 2012, 21 квітня – №73. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс] // ВВР. – 2011. – №№13-17. – ст.112 – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV // ВВР України. – 1999. – № 40.
5. Про господарські товариства: Закон України від 19 вересня 1991 р. № 1576-XII зі змінами і доповненнями в редакції від 20.06.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України в редакції від 25.04.2008 р. № 959-XII [Електронний ресурс] // ВВР. – 1991. – №29. – ст.377. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-12>
7. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – К. : Знання, 2013. – 173 с.
8. Волкова І.А. Облік зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник / Волкова І.А., Реслер М.В., Калініна О.Ю. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 304 с.
9. Величко В. Етапи розробки бізнес-плану підприємства// Економіка України. – 2012. - № 5. - С. 42-48.

10. Вороненко К.Л. Фінансовий механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства // Економіка України. - 2011. - №6. - С. 31-35.
11. Грідасов В. М. Інвестування : навч. посіб. / Грідасов В. М., Кривченко С. В., Ісаєва О. Є. — К. : ЦУЛ, 2014. — 164 с.
12. Гохберг Дж. Зовнішньоекономічна діяльність великого виробничого комплексу // Економіка України. - 2011. - №6. - С. 90-94.
13. Дослідження «Ідеї для мікро-бізнесу: практичні поради» проведено Програмою розвитку ООН в Україні за фінансової підтримки Уряду Японії[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vpo-study.org/wp-content/uploads/2015/08/Business-Models_final.compressed.pdf
14. Єрмошенко М. М. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів: навч. посіб. / М. М. Єрмошенко. І. О. Г.Тлужніков. — К. : Нац. акад. управл.. 2016. — 156 с.
15. Инкотермс 2010. Правила ІСС по использованию терминов для внутренней и международной торговли / [Пер. з англійської ТОВ «Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД»]. – К.: Асоціація ЗЕД. – 268 с. – ISBN 978-966-97155-0-0
16. Кісіль М.І. Тенденції і напрями активізації агропромислового інвестиційного процесу // Економіка АПК, № 4, 2011 р., - с. 14-16.
17. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с
18. Коссак В. М. Іноземні інвестиції в Україні / В. М. Коссак. — Львів : Центр Європи, 2006. — 216 с.
19. Лаврів Л. А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи / Л. А. Лаврін // Інноваційна економіка. - 2013. - № 10.
20. Лука О.Ф. Порівняльні переваги АПК України у зовнішньоекономічній діяльності та перспективи їх реалізації // Економіка АПК, № 8, 2012 р., - с. 25-27.

21. Поліщук С.П. Особливості регулювання інвестиційної діяльності в АПК // Економіка АПК, № 9, 2011 р., - С. 10-14.
22. Статистична інформація про економічну діяльність підприємств за 2015–2019 роки. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
23. Форд Б. Руководство Ernst&Young по составлению бизнес-планов / Форд Б., Бористайн Д., Пруэтт П. – М. : Альпина Паблишер, 2010. – 264 с.