

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності

**Кваліфікаційна робота
бакалавра**

на тему: «Експортна політика ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»

Виконав : студент 4 курсу, групи 6.0739-мб
спеціальності 073 менеджмент освітньої програми
менеджмент міжнародного бізнесу
Олійник М.О.

Керівник : професор кафедри бізнес-
адміністрування і менеджменту зовнішньо-
економічної діяльності, доктор економічних наук,
доцент

Маркова С. В.

Рецензент : завідувач кафедри бізнес-
адміністрування і менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності, доктор наук з
державного управління, професор

Бікулов Д. Т.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Менеджмент міжнародного бізнесу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов

« ____ » _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Олійник Максим Олександрович

1. Тема роботи «Експортна політика ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»»

керівник роботи: Маркова С.В. професор кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор економічних наук, доцент

затверджені наказом ЗНУ від 12.01.2023 року № _____ 26-с

2. Строк подання студентом роботи _____ 23.05.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» ТА НАПРЯМКИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) .

8 таблиць

10 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Маркова С.В.		
2	Маркова С.В.		
3	Маркова С.В.		

7. Дата видачі завдання 01.10.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	01.10.2022	
2.	Затвердження змісту роботи.	02.10.2022	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	03.10.22-13.11.22	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	14.11.22-23.12.22	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.12.22-31.01.23	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	01.02.23-21.02.23	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	22.02.23-20.03.22	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	21.03.23-29.04.23	
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.04.23-08.05.23	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.05.2023	
11.	Проходження нормоконтролю.	10.05.23-31.05.23	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	01.06.2023	
13.	Захист кваліфікаційної роботи.	червень 2023	

Студент

_____ (підпис)

М. О. Олійник

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

_____ (підпис)

С. В. Маркова

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

Т. М. Магомедова

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра: 51 стор., 8 табл., 10 рис., 43 дж.

Предмет роботи: експортна політика.

Об'єкт дослідження: публічне акціонерне товариство «Запорізький абразивний комбінат».

Методи дослідження – історичний, діалектичний, системного і ситуаційного аналізу, логічного узагальнення, динамічних рядів, моделювання.

Метою роботи - розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

Для досягнення мети у роботі поставлені наступні завдання: визначити суть експортної діяльності підприємств в сучасних умовах; дослідити сутність експорту та експортної політики, визначити види експортної політики; визначено складові організаційного забезпечення реалізації експортної політики підприємства; проаналізовано діяльність світових виробників абразивного матеріалу та інструментів; охарактеризовано організаційно-економічну діяльність ПАТ «Запорізький абразивний комбінат», а саме зовнішньоекономічну діяльність та експортну політику; визначено ефективність експортних операцій з абразивами на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»; запропоновано шляхи підвищення ефективності здійснення експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

Інформаційною базою дослідження стали: нормативно-правові акти України, статистична звітність Державного комітету статистики України, Головного управління статистики у Запорізькій області, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Головного управління економіки Запорізької обласної державної адміністрації, навчальні посібники, монографії, періодичні українські та зарубіжні видання, матеріали Інтернет-джерел.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій та методичних положень, які можуть бути використані у практичній діяльності ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

ЕКСПОРТ, ЕКСПОРТНА ПОЛІТИКА, АБРАЗИВИ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКСПОРТУ, ВАЛЮТНА ЕФЕКТИВНІСТЬ.

ABSTRACT

Bachelor's qualification work: 51 p., 8 tabl., 10 pic., 43 s.

Subject of work: export policy.

Object of the study: public joint-stock company "Zaporizhsky Abrasive Combine".

Research methods are historical, dialectical, systemic and situational analysis, logical generalization, dynamic series, modeling.

The purpose of the work is to develop recommendations for increasing the efficiency of the export policy of PJSC "Zaporizhsky Abrasive Combine".

To achieve the goal in the work, the following tasks were set and solved: the essence of the export activity of enterprises in modern conditions was defined;

to investigate the essence of export and export policy, to determine the types of export policy; the components of organizational support for the implementation of the enterprise's export policy are determined; the activity of global producers of abrasive material and tools was analyzed; the organizational and economic activity of PJSC "Zaporizhsky Abrasive Combine" was characterized, namely foreign economic activity and export policy; the effectiveness of export operations with abrasives at PJSC "Zaporizhsky Abrasive Combine" was determined; ways of increasing the effectiveness of the export policy of PJSC "Zaporizhsky Abrasive Combine" are proposed.

The information base of the study was: regulatory and legal acts of Ukraine, statistical reporting of the State Statistics Committee of Ukraine, the Main Department of Statistics in the Zaporizhia Region, the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine, the Main Department of Economics of the Zaporizhia Regional State Administration, training manuals, monographs, periodic Ukrainian and foreign publications, materials of Internet sources.

The practical significance of the obtained results lies in the development of recommendations and methodological provisions that can be used in the practical activities of PJSC "Zaporizhsky Abrasive Combine".

EXPORT, EXPORT POLICY, ABRASIVES, EXPORT EFFICIENCY, CURRENCY EFFICIENCY.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА	2
РЕФЕРАТ	4
ABSTRACT	5
ЗМІСТ	6
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Сутність експортної діяльності та експортної політики підприємства ...	9
1.2 Організаційне забезпечення реалізації експортної політики підприємства	15
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» ТА НАПРЯМКИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» та його місце на ринку абразивних матеріалів та інструментів.....	19
2.2 Організаційне забезпечення експортної політики ПАТ «ЗАК».....	32
2.3 Оцінка ефективності експортних операцій з абразивами на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» в системі реалізації її експортної політики	34
2.4 Напрямки вдосконалення експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».....	39
ВИСНОВКИ.....	45
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	48

ВСТУП

Навколишнє середовище компаній в останні десятиліття стає усе менш стабільним, особливо на міжнародному рівні. Це виражається, зокрема, у посиленні кон'юнктурних коливань ринкового попиту, у тенденції індивідуалізації споживчих переваг, у рості конкуренції, у прискоренні морального старіння більшості продуктів і технологій унаслідок науково-технічного прогресу, у загостренні сировинної й енергетичної проблем. У цілому, підвищення агресивності зовнішнього середовища вимагає від фірм розробки чіткого механізму формування і управління експортною політикою підприємства.

Практика показує, що стійке і прибуткове положення компанії на світових ринках багато в чому залежить від здатності виявити потенційних закордонних покупців, зрозуміти і врахувати їхні вимоги до характеристик запропонованої продукції, розробки стратегії позиціонування фірми на обраних ринках, наявності діючої системи збуту і просування товарів за межами країни.

Основною метою більшості підприємств, що діють на міжнародних ринках є досягнення оптимальних значень рівня продажів і частки закордонного ринку. Для досягнення цієї мети в довгостроковому періоді менеджерам необхідно задіяти стратегічний рівень формування і управління експортною політикою. Продаж товарів на зовнішні ринки характеризується великим у порівнянні з внутрішніми ринками рівнем ризиків, обумовленим розходженнями в соціокультурних, економічних, політичних, правових факторах закордонних країн; більш високим рівнем конкуренції, високими вимогами до якісних характеристик товару, упакування, маркірування, а також більш високим рівнем витрат, пов'язаних з міжнародними маркетинговими дослідженнями і реалізацією експортної стратегії розвитку підприємства.

В останні роки для українських підприємств стало актуальним вивчення та застосування принципів управління експортною політикою внаслідок збільшення відкритості національної економіки по відношенню до зовнішніх ринків. Метою діяльності національних підприємств має стати досягнення міцних ринкових позицій та отримання максимальної вигоди від можливостей, які створюють євроінтеграційні процеси.

Предмет роботи: експортна політика.

Об'єкт дослідження: публічне акціонерне товариство «Запорізький абразивний комбінат».

Методи дослідження – історичний, діалектичний, системного і ситуаційного аналізу, логічного узагальнення, динамічних рядів, моделювання.

Метою роботи - розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

Для досягнення мети у роботі поставлені наступні завдання: визначити суть експортної діяльності підприємств в сучасних умовах; дослідити сутність експорту та експортної політики, визначити види експортної політики; визначено складові організаційного забезпечення реалізації експортної політики підприємства; проаналізовано діяльність світових виробників абразивного матеріалу та інструментів; охарактеризовано організаційно-економічну діяльність ПАТ «Запорізький абразивний комбінат», а саме зовнішньоекономічну діяльність та експортну політику; визначено ефективність експортних операцій з абразивами на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»; запропоновано шляхи підвищення ефективності здійснення експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій та методичних положень, які можуть бути використані у практичній діяльності ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність експортної діяльності та експортної політики підприємства

Зростання світової торгівлі випереджає загальну макродинаміку світогосподарського розвитку і супроводжується посиленням міжнародної конкуренції, якісної трансформації її умов, форм і методів. За таких умов загострюється проблема еквівалентної участі країни у міжнародному поділі праці, а ефективність її зовнішньоекономічної сфери дедалі більше залежить від експорту, актуалізуються нові підходи до стратегії його розвитку у контексті підвищення національної конкурентоспроможності, орієнтованої на усталений розвиток і зростання добробуту населення.

Перш за все, необхідно дати визначення експорту, виділити способи його регулювання та сформулювати конкурентну модель експорту.

Згідно з Законом України експорт товарів – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в грошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.[1] Таким чином, український суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, що здійснює експорт товарів, є експортером. Експортна операція являє собою діяльність, спрямовану на продажів і вивіз за кордон товарів для передачі їх у власність іноземному контрагенту. Для продавця не має значення, що буде робити з цим товаром покупець – пустить в переробку, реалізує на внутрішньому чи ринку перепродасть у третій країні. Для продавця і його країни в будь-якому випадку це буде експортна операція [2].

У науковій літературі існують ряд визначень у ЗЕД таких як: експорт, наприкладі експортний капітал, експортна операція, експортні товари.

Експорт капіталу – вивезення за межі України (ввезення з-за меж України) капіталу у будь-якій формі (валютних коштів, продукції, послуг, робіт, права інтелектуальної власності та інших немайнових прав) з метою одержання прибутків від виробничої та інших форм господарської діяльності [3].

Експортна операція – це комерційна діяльність, пов'язана із продажем та вивезенням за кордон товарів (робіт, послуг) для передачі їх у власність іноземному контрагенту

В умовах ЗЕД здійснюються наступні види експортних операцій:

- 1) поставки експортного товару за готівкою;
- 2) експорт робіт і експорт послуг;
- 3) експорт товарів в рахунок міжурядових угод;
- 4) експорт товарів за рахунок державного кредиту, наданого країні іноземного покупця;
- 5) експорт товарів на умовах державного або комерційного кредиту, або за рахунок відстрочки платежу;
- 6) експорт товарів на умовах компенсаційної угоди;
- 7) експорт товарів на умовах бартерної угоди;
- 8) експорт товарів за рахунок надання допомоги [4].

Експортні товари – це товари, вивезені для реалізації за межі митного кордону України, незалежно від валюти, якою проводиться розрахунок.

При виборі методу експортування товару (прямого або через посередників) необхідно враховувати:

- кількість потенційних замовників;
- частоту продаж;
- тип продукту, що продається;
- обсяг замовлень.

Експорт товару оформляється контрактом, один примірник якого зберігається в головного бухгалтера, котрий контролює стан розрахунків. У контракті обов'язково вказується порядок розрахунків готівкою або в кредит, тобто із розстрочкою платежу [5].

Згідно з законодавством України є такий перелік послуг (робіт), які вважаються такими, що експортуються, включає:

- консультаційні, інформаційні та аудиторські послуги;
- медичні послуги;
- послуги та роботи, пов'язані з нерухомим майном, включаючи будівельно-монтажні та експлуатаційні роботи;
- надання нерезидентам в оренду, чартер, фрахт морських або повітряних суден, що використовуються на міжнародних маршрутах або лініях, а також космічних кораблів, супутників або їх частин чи окремих функцій;
- надання послуг персоналу з обслуговування морських, повітряних та космічних об'єктів, зазначених у попередньому пункті;
- надання послуг з передачі авторських прав, ліцензій, патентів, прав на використання торгових марок, інших юридичних та економічних знань, а також обробки даних та інформації для резидентів;
- надання послуг з організації реклами і публічних зв'язків за межами України;
- забезпечення персоналом нерезидентів України, культурної, спортивної, освітньої діяльності за межами України;
- надання послуг з туризму на території України в разі їх продажу за межами України безпосередньо або при посередництві нерезидентів із застосуванням безготівкових розрахунків [6].

Міжнародні ринки є вкрай важливими для України як з позицій економічного зростання, так і створення належних передумов її інтеграції у сучасну світогосподарську систему

Суб'єкти міжнародної торгівлі прагнуть вести свою раціональну експортну товарну політику. При цьому передбачається певний курс дій, дотримання таких принципів, завдяки яким забезпечується комерційно-ефективне формування і реалізація експортного асортименту товарів. По суті товар визначає долю експорту, тому вся сукупність заходів: його створення, виготовлення, реалізація на міжнародному ринку, сервіс, реклама і так далі — займає центральне місце в експортній політиці. Комерційний успіх реально можливий в товару, створеного після аналізу вимог ринку тієї країни (групи країн), куди намічається здійснити його постачання [21].

Перш за все необхідно закладати найвищі техніко-економічні характеристики у виробі, призначені для товарного експорту. Передумовою успішної експортної товарної політики і ефективної ринкової діяльності взагалі є створення, виготовлення, реалізація конкретного конкурентоздатного товару в оптимальні терміни. У сучасній міжнародній торгівлі запізнення з виходом на ринок конкурентоздатного товару лише на декілька місяців може призвести до комерційної невдачі, визначити міжнародну долю даного товару з негативним акцентом.

Ринок забезпечує комерційний успіх частенько не стільки тому, хто створює товар, скільки тому, хто швидше за інших освоїв нововведення, розвернув його виробництво з врахуванням конкретних кількісних і якісних потреб закордонних покупців і вийшов з ним на міжнародний ринок.

Світова практика показує, що при формуванні експортної політики треба гнучко пристосовувати один до одного експортні товарні ресурси, що піддаються управлінню, і невіддатливі управлінню зовнішні ринкові умови. Необхідно мати на увазі особливості міжнародної торгівлі.

Товар, орієнтований на внутрішнього споживача і комерційний успіх, що має, в своїй країні, може бути знехтуваний на зовнішньому ринку. Відповідність вимогам вітчизняного Госту ще не є гарантією відповідності торгівельним, технологічним, естетичним, екологічним нормам зовнішнього ринку.

Певну гарантію комерційного успіху в міжнародній торгівлі можна дати товару, створеному строго у відповідності стандартам, нормам міжнародних організацій (наприклад, Міжнародній організації по стандартизації — ІСО, Міжнародній електротехнічній комісії — МЕК і ін.), однаково придатним для внутрішнього і зовнішнього ринків.

У експортній товарній політиці споживча цінність товару вища, якщо вона відповідає за своїми показниками вимогам зарубіжного споживача. Товар слід проектувати на зовнішній ринок з чіткою орієнтацією на певну, заздалегідь передбачену цільову групу потенційних покупців в країні-імпортері, тобто орієнтуватися не на «середньостатистичного покупця», а на конкретних покупців [22].

Таким чином, проводячи експортну товарну політику, надо чітко уявляти, що експортний товар, створений в результаті серйозного аналізу всіх вимог (з врахуванням можливих змін їх в осяжній перспективі) ринку і потенційних споживачів тієї країни або групи країн, які мають намір вести на певному рівні імпорту товарну політику.

У міжнародній торгівлі використовуються три види експортної товарної політики (рис.1.1).

1. Концентрична, орієнтована на створення і виробництво нового товару, що має відповідність, близька схожість з існуючим на зовнішньому ринку товаром даного виробника в технологічному і споживчому аспектах, розрахованого на залучення нових зарубіжних покупців.

2. Горизонтальна, коли новий товар даного виробника, що вводиться на зовнішній ринок, аналогічний тому, що раніше існував і розрахований на круг споживачів, що сформувався, а його виробництво ведеться з незначними технологічними змінами.

3. Конгломератна, при якій на зовнішній ринок вводиться новий товар, ніяк не пов'язаний з існуючим товаром даного виробника, вимагаючий удосконалення виробничої технології і освоєння нового ринку [17].

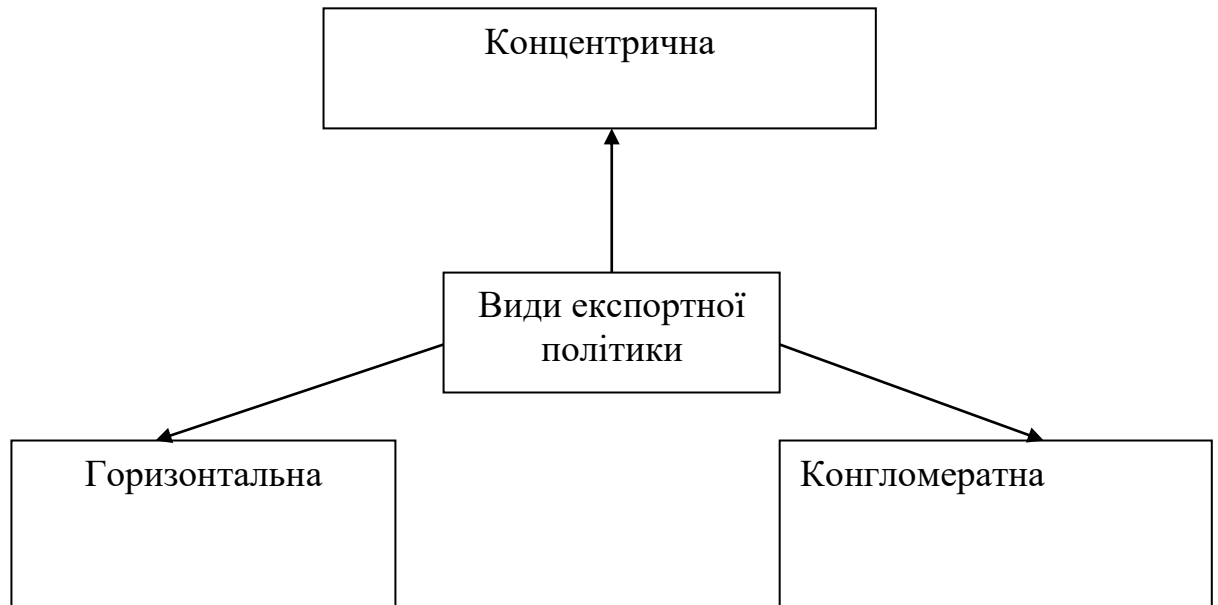


Рис.1.1 Види експортної товарної політики

Експортна товарна політика схильна до обов'язкового використання різних нормативних актів (міжнародних і національних стандартів, митних вимог і ін.), діючих в країнах-імпортерах, що впливає на супроводжуючу документацію, упаковку, маркіровку, дизайн, окремі характеристики товарів.

Експортер товарної продукції повинен чітко представляти свої права і можливості, справжні і перспективні, науково-технічні, виробничі, збутові ресурси. Немаловажно строго враховувати принципи, методи, прийоми міжнародної торгівлі, що незрідка помітно відрізняються від внутрішньої, брати до уваги особливості проведення і оформлення торгівельних операцій, митне регулювання, валютний контроль, торгівельну практику, звичаї. Вихід на зарубіжний ринок ставить виробника товару в складну комерційну ситуацію, принципово відмінну від тієї, що знайома з національного торгівельного досвіду.

Світова практика показує, що наявність достатньої кількості всіляких, конкурентоздатних експортних товарів викликає у відповідь реакцію

комерційного світу — імпорту, високоякісних престижних товарів, припливу іноземних інвестицій.

Для формування активної перспективної експортної товарної політики з реалізацією на зовнішньому ринку головним чином конкурентоздатної готової товарної продукції Україні необхідно терміново максимально використовувати свої наукові і технологічні важелі.

Результати експортної товарної політики визначаються багато в чому маркетингом міжнародної торгівлі.

Експортер в міжнародній торгівлі зіштовхується з різними чинниками, що впливають на вибір ринку: оригінальність і потенціал ринку, його сприйнятливість, стабільність, доступність, складнощі введення товарної продукції.

Необхідно зважати на характер ряду правил і відносин, керівників ринку, а також з внутрішніми проблемами суспільного життя країни-імпортера, включаючи політичні сфери, світ традицій, символів, різні засади. Ці проблеми проєктуються в експортному товарі, призначеному для конкретного зовнішнього ринку.

1.2 Організаційне забезпечення реалізації експортної політики підприємства

Організація управління експортом підприємства вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод і т.і. Тому, для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління. На формування організаційної структури управління експортом підприємства значний вплив здійснюють такі фактори:

- розмір фірми;
- значення і характер зарубіжної діяльності;

- ступінь диверсифікації і складність продукції, що випускається;
 - характер експортної і виробленої на іноземних підприємствах продукції;
 - специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них та ін.
- [23].

Організаційна структура управління ЗЕД підприємства залежить не тільки від розглянутих вище чинників, але і від методів виходу на зовнішні ринки. У цьому зв'язку можна виділити два варіанти:

- безпосередній вихід на зовнішній ринок через власний відділ зовнішньоекономічних зв'язків (у великих організаціях - через управління зовнішньоекономічних зв'язків);
- вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників.

Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємствах виправдано, якщо:

- частка експорту велика в загальному обігу;
- зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно;
- випускається продукція з високим рівнем конкурентоспроможності, бажано унікальна за своїми властивостями;
- невисокий рівень конкуренції на відповідному сегменті світового ринку;
- продукція не потребує серйозної адаптації до закордонних умов використання;
- на підприємстві є необхідна кількість фахівців із зовнішньоекономічної діяльності.

В інших випадках виправдане використання посередників як вітчизняних, так і закордонних або міжнародних. Посередники можуть підвищити ефективність зовнішньоторговельних операцій за рахунок:

- кращого знання ринку, наявності постійної клієнтури;

- зниження витрат транспортування і збереження продукції, у тому числі за рахунок операцій зі значними партіями, що належать різним виробникам;

- скорочення термінів постачань і оформлення документів;

- забезпечення сервісу перед продажем і обслуговування після продажу;

- постачання товаровиробників оперативною і докладною інформацією про зміни конкурентоздатності продукції і ринкової ситуації в цілому, відомостями про реальних і потенційних конкурентів.

Якщо підприємство-виробник виходить на закордонний ринок із сильною конкуренцією і складною продукцією, добре відомою споживачу, має сенс звертатися до закордонних фірм-посередників, що добре знають місцевий ринок і мають на ньому своє місце. Це також має сенс, якщо потрібно довести експортовану продукцію до рівня, що задовольняє місцевих споживачів. Як правило, закордонні фірми-посередники обходяться дорожче, ніж вітчизняні [24].

На підприємствах склалися наступні організаційні форми управління ЗЕД.

1. Відділ зовнішньоекономічних зв'язків в рамках діючого апарату управління. Відділ зовнішньоекономічних зв'язків не являється самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарату управління. Головними завданнями відділу зовнішньоекономічних зв'язків підприємства можуть бути:

- участь в розробці стратегії ЗЕД підприємства;

- забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами;

- вивчення кон'юктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації;

- організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності;

- здійснення рекламної діяльності.

2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства складається з:

- відділу експорту;
- відділу імпорту;
- протокольного відділу;
- відділу митних брокерів.

До його основних завдань як органу управління належать:

- планування й організація експортно-імпортних операцій;
- маркетингова діяльність;
- участь у виставках, ярмарках, презентаціях;
- підготовка і укладання зовнішньоторговельних контрактів;
- прийом іноземних партнерів і відрядження власних спеціалістів за кордон і т.д.

3. Якщо підприємство здійснює ЗЕД в одиничних випадках і в значних обсягах, то такому суб'єкту ЗЕД не потрібно створювати ЗЕ відділу чи інші структури, а функцію по обслуговуванню ЗЕ контрактів беруть на себе ті структурні підрозділи, які обслуговують внутрішній ринок.

Отже, організацією та проведенням останнього етапу експортної операції займається відділ зовнішньоекономічних зв'язків або зовнішньоторгова фірма, у обов'язки котрих на даному етапі входить складання та оформлення документації, допоміжних контрактів (страхових та транспортних, коли компанія використовує послуги фірм по транспортуванню). Також на цьому етапі відбувається фінансові розрахунки між сторонами контракту, та розрішення суперечних ситуацій, якщо такі маються.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» ТА НАПРЯМКИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

2.1 Організаційно-економічна характеристика ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» та його місце на ринку абразивних матеріалів та інструментів

Абразивний інструмент є в даний час найбільш ефективним засобом обробки матеріалів металевого, синтетичного (пластику) і мінерального походження (камінь, мармур, граніт і т.п.).

Попит на абразивний інструмент дуже високий і відрізняється постійною стабільністю, подібно продуктам побутової хімії чи харчової індустрії. Головними причинами стабільно високого попиту на абразиви є їх відносно невелика вартість, універсальність, зручність і простота в експлуатації. Безсумнівними перевагами абразивного інструмента є також висока швидкість і якість обробки матеріалів, безпека і екологічність вироблених робіт [26].

Всіх основних споживачів абразивного устаткування можна розділити на 3 групи. Відсоткове співвідношення цих груп споживачів наступне: невеликі будівельно-ремонтні бригади (15 %); будівельні компанії (35 %); компанії, що оброблюють камінь (24) %; кінцеві споживачі (10 %); промислове споживання (16%) [27].

Найбільшим виробником абразивного інструменту в світі є концерн Saint-gobain Abrasives (SGA) – підрозділ багатопрофільного концерну Saint-gobain (Франція). SGA володіє 72-ма заводами, розташованими в 26 країнах, і їй належать такі торговельні марки, як NORTON, BAY STATE, WINTER, KORUND, ATLAS, UNIVERSAL, MICROMOLD, EFESIS, FLEXOVIT і ін. З 2006 року в результаті ребрендингу сталося об'єднання торговельних марок і

тепер вся продукція випускається під марками ATLAS, FLEXOVIT, NORTON і BAY STATE. Річний зворот складає 3,4 млрд. євро. SGA виробляє весь спектр абразивного інструменту: високопористі шліфувальні круги на органічній і керамічній в'язці (NORTON), відрізнi круги (BAY STATE), зачисні круги для шліфування відливань, шліфувальні шкірки, шліфувальні голівки, діамантовий інструмент, інструмент з кубічного нітриду бору, бруски для суперфiнішування і хонінгування, і багато що інше [28].

За даними Міжнародного торговельного центру UNCTAD/WTO, що ведуть позиції в світовому експорті інструменту (не лише абразивного) в 2021 р. займали Німеччина (4960,8 млн. дол.), КНР (3017,9 млн.), США (2934,5 млн.) і Японія (2716,3 млн.) (рис 2.1) [29].

Ведучими учасниками світового ринку абразивного інструмента є компанії Західної Європи. Їхня продукція користується попитом і на вітчизняному ринку, де вона складає високу конкуренцію виробам української промисловості. В останні роки основною тенденцією в області виробництва абразивних матеріалів є реструктуризація виробництв і їхнє злиття з утворенням великих корпорацій.

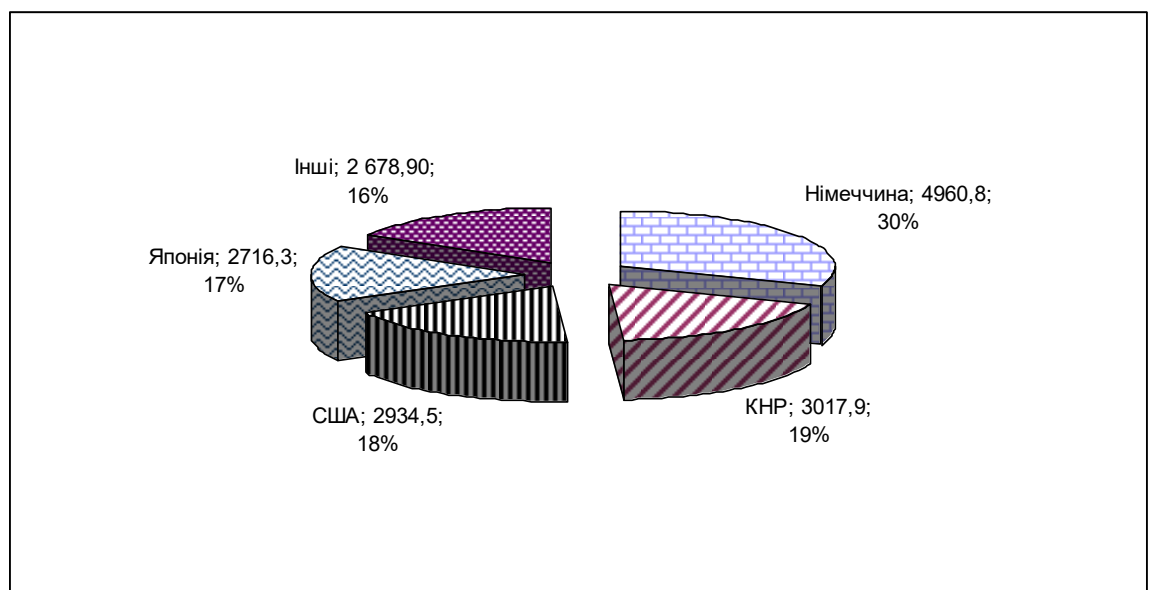


Рис. 2.1 – Світові експортери інструменти за даними UNCTAD/WTO [29]

Лідерами європейського ринку абразивних матеріалів є 3M, Hermes, Marcris, Diamant Boart/Wendt, Tyrolit, Arrow і Klingspor. Основними гравцями на ринку абразивних матеріалів є такі компанії, як Saint-Gobain Abrasives, Carborundum, у той час як в області виробництва суперабразивів лідерами є Unicorn і Tyrolit, в області виробництва абразивів на гнучкій основі - 3M, Unicorn, Hermes і S.I.A.

Загальний обсяг виробництва абразивних матеріалів в 2021 році в країнах Західної Європи був на рівні 229 тис. тонн, з яких 147 тис. тонн довелося на абразиви на бакелітовому зв'язуванні, 82 – на абразиви на керамічному зв'язуванні. Обсяг виробництва алмазних суперабразивів був у 2021 році на рівні 7 тис. тонн. Рівень виробництва абразивів у 2021 році в порівнянні з 2020 роком трохи знизився (на 1,2%). Обсяг використання новолучних сполучних з цієї області оцінюється в 24 тис. тонн [30].

Найбільшими споживачем фенольних сполучних для виробництва абразивних матеріалів є Німеччина й Італія. На долю цих країн приходить близько 60% ринку фенольних сполучних для вогнетривів.

Вартість абразивного інструмента вітчизняного виробництва значно нижче імпортованих аналогів, тому в найближчій перспективі малоімовірна серйозна конкуренція на ринку постачань даної продукції за кордон.

Самий великий конкурент ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» - Лужський абразивний завод – найбільший виробник абразивних кіл у світі.

Виробництво абразивів є в значній мірі енергомістким, як і основні сировинні матеріали для їх одержання. Собівартість абразивів складається з 25% вартості тільки основних матеріалів, вартість енергоносіїв складає біля 20%. Через вказані причини продукція, що випускається стає не конкурентноспроможною, як в Україні, так і за її межами. Не менш важливою перешкодою для економічного росту є нестабільність роботи з причини відключень від електрозабезпечення [33].

Негативним фактором розвитку українського ринку абразивів є те, що на зовнішніх ринках попитом користується не кінцевий продукт –

абразивний інструмент, а напівфабрикати, що підлягають доробці. Західна Європа і США хочуть перемістити екологічно брудні види робіт в Україну, тому що в цих країнах пред'явлені жорсткі вимоги до екологічної безпеки, а як відоме виробництво абразивів – спричинює величезну шкоду навколишньому середовищу.

Сьогодні співвідношення виробів з абразивів до абразивних матеріалів у збуті ПАТ «Запорізький абразивний комбінат», дуже низьке. На частку продукції з глибокою переробкою приходиться близько 25%, у найближчі роки планується довести цей показник до 30-35%. Для того щоб максимально збільшити збут кінцевої продукції – абразивного інструмента, необхідна підтримка уряду по захисту вітчизняного ринку абразивного інструмента від демпінгових втручань. Ринок виробництва абразивів знаходиться в умовах стагнації, останні роки характеризуються збільшенням частки імпорту (Китай, Європа). В найближчі роки збережеться зниження попиту на абразивну продукцію в наслідок підвищення термінів експлуатації абразивного інструмента і росту числа конкурентів [34].

В цілому обсяг світового ринку металоріжучого інструменту оцінюється сумою близько 40 млрд. доларів. В даний час, для задоволення усе більш зростаючих потреб людства, при виробництві виробів застосовуються сучасні матеріали, такі жароміцні і корозійностійкі складнолегировані сталі і сплави, композиційні матеріали, кераміка, ферити, ситалли, скло і ін., які пред'являють особливі експлуатаційні властивості до інструментальних матеріалів, у тому числі абразивів.

Публічне акціонерне товариство “Запорізький абразивний комбінат” є одним з найкрупніших виробників абразивів в Східній Європі, має потужний виробничий потенціал і виробляє продукцію на основі сучасних технологій. Історія заводу розпочинається з будівництва в 1933 році Дніпровського корундового заводу в місті Запоріжжі. В 1945 році згідно нового проекту завод розпочав виробництво електрокорунду та абразивного інструменту. Змінилася і назва підприємства. Він став заводом абразивних виробів.

Сьогодні виробничі потужності публічного акціонерного товариства “Запорізький абразивний комбінат” забезпечують випуск до 24500 тонн абразивного інструменту різних назв і призначень, охоплюють понад 12000 типорозмірних характеристик.

Публічне акціонерне товариство "Запорізький абразивний комбінат" – найбільший виробник карбіду бору, нітриду бору гексагонального, графітоподібного, вюрцитного. Завод виробляє та реалізовує як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку ферросплави, шліфувальні матеріали із електрокорунду нормального та карбіду кремнію чорного.

Вся продукція комбінату виготовляється за нормативними документами, розробленими у відповідності до вимог державної системи стандартизації України і відповідає міжнародним стандартам.

Шліфувальні кола, шліфувальні диски, безкінечні шліфувальні стрічки сертифіковані за вимогами безпеки в Системі сертифікації.

Абразивний інструмент виготовляється за вимогами міжнародних стандартів ISO 525 (шліфувальні круги), ISO 2220, ISO 3920, ISO 3921 (шліфувальні бруски).

В 1992 році спільно з італійською фірмою з Фаєнці введено в експлуатацію спільне підприємство по виробництву сан – фаянсу “Дніпрокераміка”.

В планах розвитку комбінату намічено освоєння ряду перспективних технологій, які дозволять різко підвищити конкурентоздатність продукції і вийти на новий рівень у виробництві абразивних матеріалів та інструменту.

Перелік продукції, що виробляється комбінатом:

1. Абразивний інструмент:

- шліфувальні та обдирні круги на керамічній зв’язці із матеріалів 14А, 25А, 54С, 64С діаметр 60...900 мм;

- шліфувальні та обдирні круги на бакелітовій зв’язці із матеріалів 14А, 54С діаметр 125...600 мм (зернистість F22-F16), діаметр 125...900 мм (зернистість F46-F60);

- круги армовані на бакелітовій зв'язці із матеріалу 14А: відрізи (за попереднім замовленням) діаметр 115...900 мм, товщина - 2...9, обдирні (за попереднім замовленням) діаметр 115...500 мм, товщина – 6...40;

- вогнетривкі плити розміром 330x330x25,32 мм, 350x340x25,40 мм, 440x440x25,30,32мм, 480x320x20мм, тощо.

2. Високоякісні шліфувальні матеріали: - електрокорунд нормальний марки 14А, зернистістю від F12, до F1200 та спецфракції;

- карбід бору в вигляді зерна (F80-F90), порошоків (F100-F220). №3,4 та фракцій;

- нітрид бору (гексагональний, графітоподібний);

- феробор (феросплав марок ФБ-10, ФБ-20);

- феросиліцій з вмістом кремнію 9...12%;

- ферохромбор;

- доменний присад 26А;

- шлами електрокорунду нормального та карбїду кремнію чорного;

- магнітна фракція

3. Шліфувальні шкірки та вироби з них. Шкірка використовується для абразивного обробітку твердих, крихких та в'язких металів, скла, пластмас, шкіри, дерева, важкообробних та інших матеріалів без охолодження і з використанням охолоджувальних рідин на основі масла, гасу, уайт – спириту та води.

4. Феросплави:

- феросиліцій низькокремнистий для використання як шихти в металургійному та ливарному виробництві;

- феросилікоалюміній, феросилікоалюміній з титаном для розкислення сталей та сплавів;

- феротитан вуглецевий для розкислення та мікролегування сталей та сплавів;

- феробор, ферохромбор для легування і модифікування сталей та сплавів .

5. Млини шарові, барабанного типу мокрого помелу, ємкістю 0,5...3 м куб.

6. Тара картонна.

7. Товари народного споживання: бруски для заточування, клей "Бустілат", шліфувальні шкірки, круги, паста для чистки "Ксант", тощо. [35]

Конкурентами в галузі для ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є наступні виробники: електрокорунд нормальний - виробники Китаю; карбід кремнію чорний - ВАТ „ Волзький абразивний завод", Росія; карбід бору - виробники Китаю; від різні круги - ВАТ «Лузький абразивний завод », Росія, LLC KLINGSPOR, Германія, виробники Китаю [26].

Виробництво електрокорунд у: бокситовий агломерат - зараз використовується для своїх потреб. Шматок електрокорунду нормального - повністю переробляється на підприємстві у шліфматеріали. Фракції, шліфзерно, шліфпорошки, мікропорошки електрокорунду. Електрокорунд нормальний застосовується у виробництві абразивного інструменту різних фасонів і профілів, шліфувальної шкурки, при виробництві абразивних паст, для вільного шліфування поверхонь в'язких металів і легованих сталей, що володіють високим механічним опором, при обробці скла, шкіри, дерева, в порошковій металургії, як наповнювач у керамічній промисловості, а також для антипригарного покриття форм перед точним литтям. Частково використовуються для виробництва шліфувальних кругів та шліфшкурки на ЗАК. Більша частина реалізується, як товарна продукція, на підприємства України та далекого зарубіжжя.

Виробництво карбиду кремнію: карбід кремнію у шматку - повністю переробляється на підприємстві. Карбід кремнію застосовується у виробництві абразивного інструменту для шліфування в'язких, крихких і твердих матеріалів, заточування лезового інструменту, скла, пластмас, каменю, дерева, кремнієвих і германієвих пластин, поліровці і доведенні деталей у виробництві точної механіки, виготовленні напівпровідників, технічної кераміки і в якості наповнювача для вогнетривів. Фракції,

шліфзерно, шліфпорошки та мікропорошки частково використовуються для виготовлення шліфінструменту та шліфшкурки, у більшому обсязі реалізуються в далеке зарубіжжя.

Виробництво карбідних та тугоплавких з'єднань: карбід бору у шматку - повністю переробляється на підприємстві. Карбід бору має над звичайно широкий комплекс хімічних, фізичних і механічних властивостей. Завдяки цьому він широко використовується в сучасній техніці. Висока твердість (третій по твердості матеріал після алмазу і кубічного нітрид у бору) дозволила йому зайняти важливе місце серед абразивних матеріалів. В атомній енергетиці карбід бору широко застосовується в якості матеріалу стрижнів, що регулюють протікання ядерних реакцій, так як він містить у своєму складі атоми ізоотопу бору ^{10}B з дуже великим перетином захоплення нейтронів. Також використовується як складова частина сумішей для дифузійного борування сталей і тугоплавких металів. З карбиду бору виготовляють піскоструминні сопла, сопла для розпилення пульп і добрив. Карбід бору володіє виключно високою хімічною стійкістю в різних агресивних середовищах. Фракції, шліфзерно, шліфпорошки карбід бору - реалізуються як товарна продукція в далеке зарубіжжя. Нітрид бору в порошок реалізується як товарна продукція. Виробництво абразивного інструменту: шліфувальні круги діаметром від 63 до 900мм на керамічній зв'язці, бруски на керамічній зв'язці.

Шліфувальні круги діаметром від 150 до 900мм на бакелітовій зв'язці, сегменти.

Виробництво шліфувальної шкурки та виробів з неї: шліфувальна шкурка на тканині, паперовій та комбінованій основах з використанням синтетичних зв'язуючих та мездрового клею. Вироби із шліфувальної шкурки у вигляді бобін, стрічок, дисків. Відрізнi та шліфувальні круги діаметром від 115 до 500мм на бакелітовій зв'язці [36].

Абразивні відрізнi та зачистні круги є одним з найбільш продуктивних видів заготівельних операцій і операцій обробки поверхні. Застосування від

різних та шліфувальних кругів вимагає менше часу і викликає меншу витрату матеріалу, ніж інші способи від різки і зачищення. Висока продуктивність, виняток деформацій і прижогів, простота обладнання, сприяють широкому застосуванню відрізні та шліфувальні кругів. Відрізні і шліфувальні круги виробництва ПАТ "Запорізький абразивний комбінат" призначені для використання в металургії і машинобудуванні, в будівництві і в побуті.

Обсяг реалізації товарної продукції в 2021 році склав 531 245,7 тис. грн., в т.ч.: експорт в країни далекого зарубіжжя та СНД – 357 075,9 тис. грн., Україна – 174 169,7 тис. грн. (рис 2.3). [37]

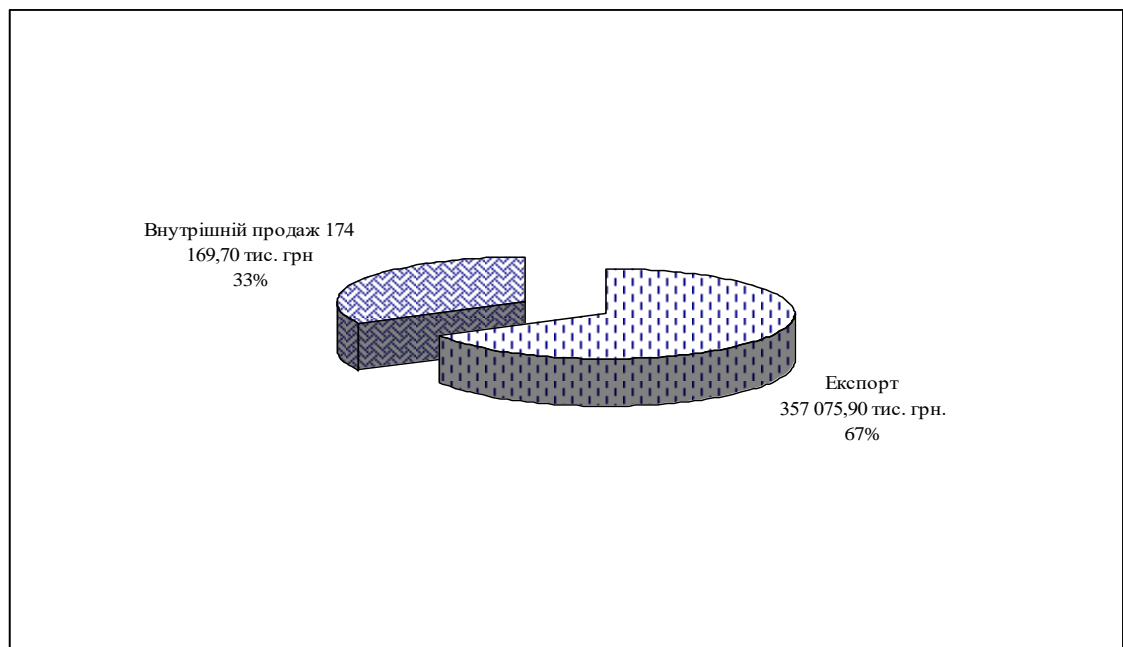


Рис. 2.2 – Обсяг реалізації продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» за 2012 р, тис. грн. [37]

Серед основних закордонних споживачів продукції комбінату - фірми Німеччини (9 %), Італії (8 %), США (5 %), Японії (1 %), Австрії (9 %), Польщі (10 %), Чехії (8 %), СНД (17 %) (рис. 2.4). [38]

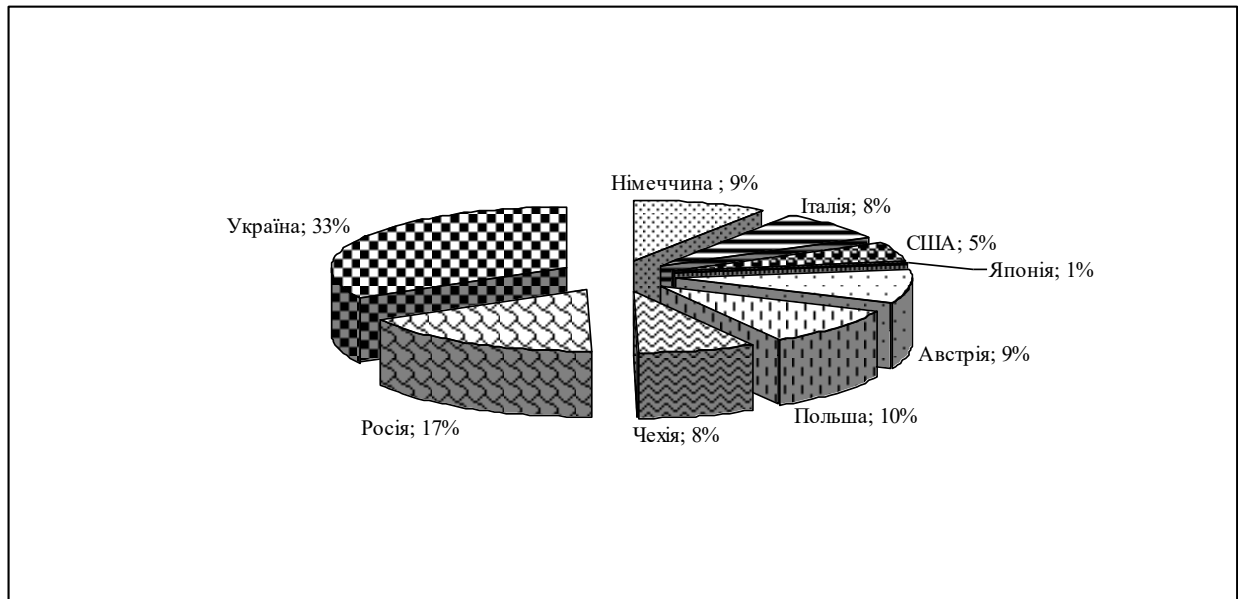


Рис. 2.3 – Географічна структура експорту ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» у 2012 р.[38]

Основники покупцями продукції в країнах далекого зарубіжжя є:

IMEXCO-ULLRICH GMBH – 48,372 млн. грн.,

STUERMANN INVEST IT IONS-HANDELSGESELLSCHAFT MBH – 45,703 млн. грн.,

UK ABRASIVES INC – 20,137 млн. грн.,

POTT ERSON LIMITED – 11,096 млн. грн.,

Q.S. SBRASIVI MARENGO S.R.L.– 6,549 млн. грн.,

ESAN ECZ ACIBASI ENDUST RIYEL – 4,914 млн. грн.,

SC SILCOREX SA – 2,924 млн. грн.;

в Україні:

- ТОВ «Кальдерис Украина» - 9,884 млн. грн.,
- ПП «Производственная фирма РОСА» - 7,659 млн. грн.,
- ТОВ СУЛП «ХИМИМПЕКС» - 4,005 млн.грн.,
- ПАО «Часовоярский огнеупорный комбинат» - 2,598 млн.грн.,
- ПАО «Мотор-Сич» - 3,246 млн.грн. ,
- ТОВ «Фаматек Украина» - 3,310 млн. грн.,
- ТОВ ПТК «Квант-плюс» - 3,309 млн.грн.,

ТОВ «Компанія «Александр» - 2,262 млн.грн. (див. табл.2.1).

Таблиця 2.1 - Реалізація продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» за 2020- 2021 р, млн. грн. [38]

№ п/п	Назва підприємства	Обсяг реалізації у грошовій формі, тис.грн.		Абсолютне відхилення, тис.грн.
		2020	2021	
Зарубіжжя				
1	IMEXCO-ULLRICH GMBH	40,178	48,372	+ 8,194
2	STEUERMANN INVEST IT IONS-HANDELSGE SELLSCHAFT MBH	42, 981	45,703	+ 2,722
3	UK ABRASIVES INC	14,902	20,137	+ 5,235
4	POTT ERSON LIMIT ED	10,346	11,096	+ 0,75
5	Q.S. SBRASIVI MARENGO S.R.L.	6,456	6,549	+ 0,093
6	ESAN ECZ ACIBASI ENDUST RIYEL	3,981	4,914	+ 0,933
7	SC SILCOREX SA	1,467	2,924	+ 1,457
Україна				
7	ТОВ «Кальдерис Україна»	9,123	9,884	+ 0,761
8	ПП «Производственная фирма РОСА»	7,271	7,659	+ 0,388
9	ТОВ СУЛП «ХИМИМ ПЕКС»	3,925	4,005	+ 0,08
10	ПАО «Часовоярский огнеупорный комбинат»	2,523	2,598	+ 0,075
11	ПАО «Мотор-Січ»	2,983	3,246	+ 0,263
12	ТОВ «Фаматек Україна»	3,011	3,310	+ 0,299
13	ТОВ ПТК «Квант-плюс»	3,012	3,309	+ 0,297
14	ТОВ «Компанія «Александр»	1,982	2,262	+ 0,28
Усього:		480,782	531, 245	+ 50,463

Обсяг реалізація продукції комбінату у 2021 році зріс на 50 463 000 грн, що є збільшенням на 4,9 % у порівнянні з 2020 роком. Така тенденція може бути пояснена закінченням першої хвилі COVID 19 та оптимістичними очікуваннями бізнесу щодо подальшого відновлення світової економічної системи, а також відновленням темпів зростання провідних економік світу – США та КНР. Одночасно з цим у 2022 році ці тенденції мали схильність до скорочення.

Загальний обсяг виробництва та реалізації основних видів продукції комбінату за 2021 рік наведено в таблиці 2.2 [39].

Таблиця 2.2 - Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції за 2021 рік [39]

Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
	у натур. формі (тона)	у грошовій формі (тис. грн.)	у відсотках до всієї вир-ної продукції	у натур. формі (тона)	у грошовій формі (тис. грн.)	у відсотках до всієї реал-ної продукції
Шліф матеріали карбіду кремнію	13 287, 4	160 354,2	29,9	14 380,9	168 634,7	31,7
Абразивний інструмент	6978	130 624,7	24,4	6953, 1	127 331,8	24
Шліф матеріали електрокорунду нормального	31 899,3	212 060,6	39,6	32 811,2	202 962,9	38,2
Інше					32 316,3	6,1
Усього					531 245,7	100 %

У 2021 році обсяги реалізації зросли на 4,9% та склали 50, 463 млн.грн., 67% загального обсягу реалізації складає експорт.

У загальному обсязі збуту основне місце займають шліфматеріали електрокорунду нормального, карбіду кремнію чорного, карбіду бора. Ці матеріали складають 70% у загальному обсязі реалізованої продукції у 2021 році. (див. табл. 2.2, рис. 2.4). Причому серед вищезгаданих матеріалів структура реалізації виглядає як наведено нижче: електрокорунд нормальний – 38,2%; карбід кремнію - 31,7%; абразивний інструмент – 24 % (табл.. 2.2, рис. 2.4). [39].

Підприємство експортує в країни дальнього та ближнього зарубіжжя 67 % від загального обсягу реалізованої продукції, з якої займає шліф матеріали електрокорунду нормального (26 %) та шліф матеріали карбіду кремнію (21%), а абразивний інструмент займає 16 % (рис. 2.5).

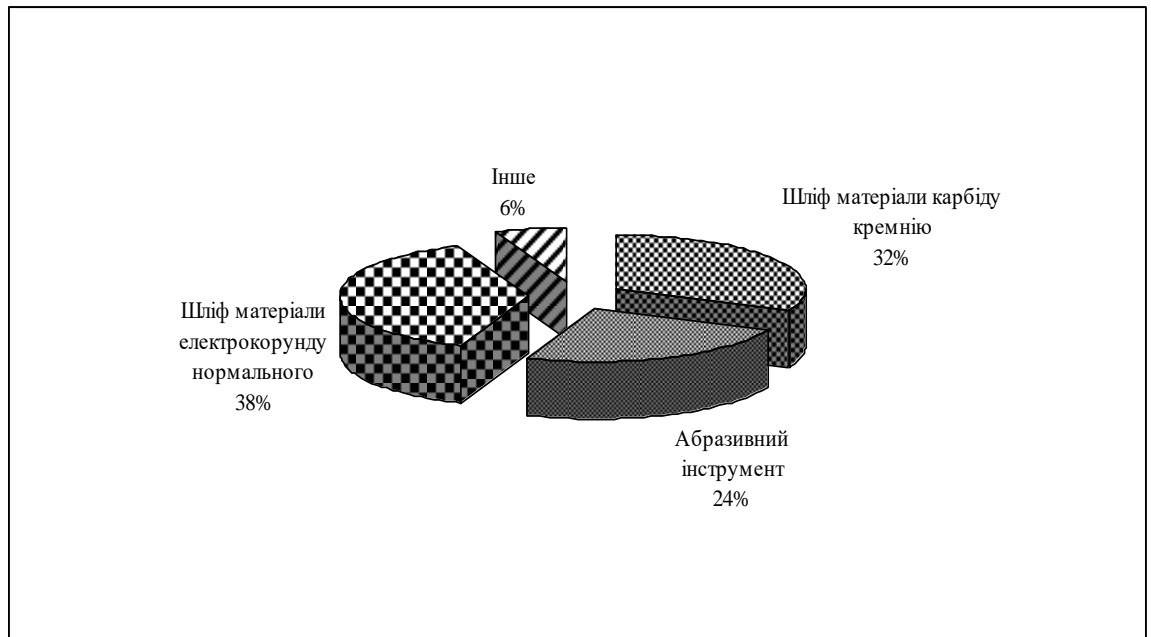


Рис. 2.4 – Структура реалізації за основними видами продукції ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” у 2021 р.

Порівняти структуру виробництва та експорту у 2021 році на ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” можна на рис. 2.4 та 2.5.

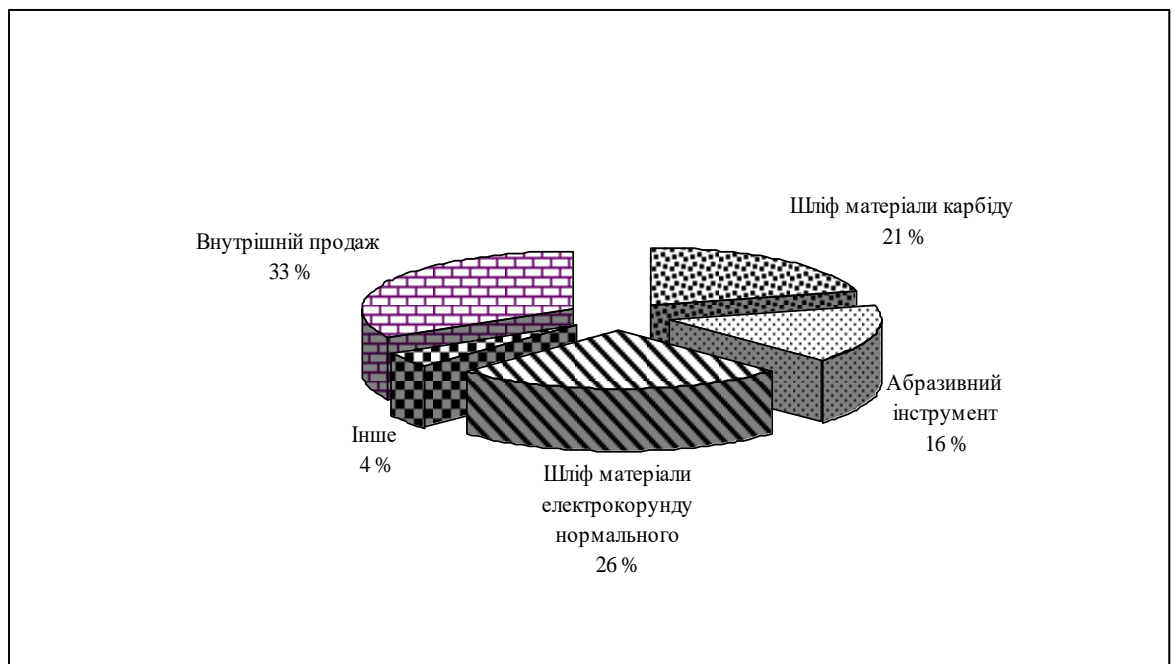


Рис. 2.5 – Структура експорту за основними видами продукції ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” за 2021 р.

2.2 Організаційне забезпечення експортної політики ПАТ «ЗАК»

Організаційна структура управління ЗЕД як складова частина внутріфірмового управління визначається загальною стратегією підприємства, а також стратегією ЗЕД. ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” сповідає експортоорієнтовану стратегію, адже експорт займає 67 % від загального обсягу реалізації. Імпорт не становить прибутку для підприємства.

На формування організаційної структури управління ЗЕД ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” значний вплив здійснюють такі фактори:

- швидкість розвитку підприємства;
- засвоєння іноземного ринку;
- визначення пріоритетів підприємства у реалізації ЗЕД;
- характер експортної продукції;
- характер імпортованої продукції;
- специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них та ін.

Ці фактори мають прямий вплив на організаційну структуру управління ЗЕД, тому що вони визначають кількість та специфіку фахівців, які безпосередньо займаються організацією експортно-імпортних операцій, декларуванням та ліцензуванням, налагоджуванням контактів з іноземними партнерами та вивченням ринку збуту.

Відділ управління зовнішньоекономічними зв'язками ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” займається як безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами так і плануванням, організацією і координацією ЗЕД [40].

Основними завданнями відділу управління зовнішньоекономічними зв'язками ПАТ “Запорізький абразивний комбінат” є:

- пошуки ринків збуту для продукції підприємства;
- організація завантаження виробництва експортними замовленнями;

- підготовка, оформлення й організація виконання контрактів на поставки експортної продукції.

- вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації

Відповідно до покладених на нього завданнями відділ виконує наступні функції:

1. Проведення маркетингових досліджень ринків збуту продукції.
2. Участь у переговорах, розробка й оформлення контрактів на поставку продукції.
3. Здійснення ліцензування й декларування вантажів.
4. Спільно зі службами комбінату здійснення контролю за ходом виконання експортних замовлень, дотриманням строків відвантаження згідно з укладеними контрактами.

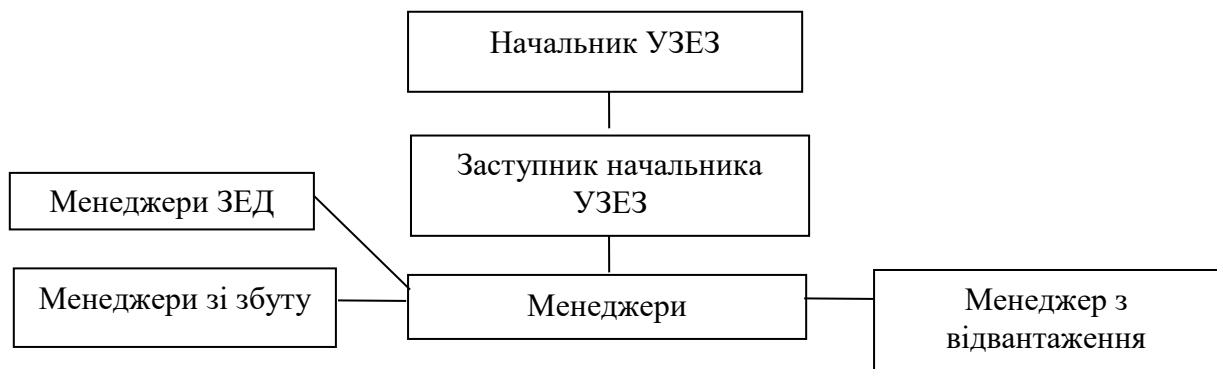


Рис. 2.6 – Організаційна структура відділу УЗЕЗ ПАТ “Запорізький абразивний комбінат”[40]

5. Контроль за своєчасною оплатою рахунків і надходженням валюти на рахунки ПАТ “Запорізький абразивний комбінат”.

6. Контроль забезпечення розрахунків з іншими організаціями за проведення операцій, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю.

7. Участь в розробці стратегії ЗЕД підприємства.

8. Організація й забезпечення своєчасного складання звітної документації по зовнішньоекономічних зв'язках.

9. Участь разом з іншими підрозділами в організації транспортування і збереження продукції

10. Організація реклами продукції [40].

Формально відділ управління зовнішньоекономічних зв'язків не відокремлюється від відділу збуту, проте складається з невеликої кількості працівників, що спеціалізуються на укладанні угод з іноземними резидентами. На сьогоднішній день чисельність відділу складає 17 осіб. Структуру та штат управління затверджує голова правління, виходячи з особливостей умов виробництва, а також обсягу робіт, покладених на УЗЕЗ. Структуру підрозділу схематично наведено на рис. 2.6, яка є незмінною з жовтня 2020 року.

2.3 Оцінка ефективності експортних операцій з абразивами на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» в системі реалізації її експортної політики

Необхідною умовою забезпечення ефективності реалізації експортної політики підприємства є ефективність експортних операцій. Цей процес повинен супроводжуватись аналізом їхньої ефективності з метою встановлення найбільш оптимальної структури експорту і прийняття обґрунтованих рішень в області керування, для досягнення як тактичних та і стратегічних планів підприємства в здійсненні експортної діяльності.

Застосуємо методику визначення ефективності експорту, яка була досліджена у першому розділі роботи та у якій порівнюється показник економічної ефективності реалізації експортних товарів з показником ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку. Для цього проаналізуємо обсяг та структуру експорту ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ

АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» абразивного інструменту в СНД та країни ближнього зарубіжжя за 2020-2021 роки (табл.. 2.3).

Таблиця 2.3 - Обсяг та структура експорту абразивного інструменту в СНД та країни ближнього зарубіжжя за 2020-2021 роки ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» [42]

Країни	2020 рік		2021 рік		Абсолютне відхилення, тис. грн.
	Відвантаження, тис. грн..	Питома вага,%	Відвантаження, тис. грн.	Питома вага,%	
СНД	3 523,620	59	3 237,135	48	- 286, 485
Польща	1 313,892	22	1 546,327	23	+234,435
Чехія	1 134,725	19	1 939,737	29	+805,012
Всього	5 972,237		6 723,199		+750,962

Таким чином, обсяг експорту абразивного інструменту у 2021 р. у порівнянні з 2020 р. збільшився на 750 962 грн або на 11,2%.

Експортна ціна продукції складається з витрат виробника товару (собівартість виробництва + прибуток), витрат у країні експортера, витрат на основне перевезення, витрат у країні імпортера. Зберегти та помножити клієнтів ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» зміг за рахунок мінімізації витрат на виробництво, максимального зниження експортних цін для постійних клієнтів.

Найбільшу кількість своєї продукції підприємство експортує в країни СНД та головним партнером є ВАТ «ПК Оспец-металургія», який у 2021 році придбав товарну продукцію, абразивних матеріалів та інструментів на суму 49,199 млн. грн.

Для того щоб визначити економічну ефективність реалізації експортної продукції виберемо із загального обсягу експортованої продукції до ВАТ «ПК Осколспец-металургія» абразивний інструмент марки (ZK 701X). Дані наведені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 - Обсяги експорту ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» у СНД абразивного інструменту марки (ZK 701X) до ВАТ «ПК Оспец-металургія» [29].

Вид абразивного інструменту	Вартість контракту у рос.руб.	Обсяг продажу, од.	Вартість контракту у грн.	Собівартість продукції у грн.	Вартість контракту у дол. США	Вартість 1 од./грн	Ціна на внут. ринку
Абразивний інструмент (ZK 701X)	2 957 982	1 268	515568,5	462 896	64365,5	406,6	316,7

Знайдемо показник економічної ефективності експорту абразивного інструменту (ZK 701X):

$$E_{екс\ екон}^{екс} = \frac{64365,5 * 8,01}{462896} = \frac{515568,5}{462896} = 1,11$$

Показник ефективності експорту абразивного інструменту (ZK 701X) дорівнює 1,11 та є більшим за одиницю, що свідчить про ефективність експорту цієї продукції.

Для того, щоб переконатися у доцільності експорту абразивного інструменту цього виду та упевнитися у ефективності експортних операції, необхідно розрахувати показник ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку.

$$E_{вн.рин.}^{екс} = \frac{1268 * 316,7}{462896} = 0,87$$

Показник ефективності реалізації абразивного інструменту (ZK 701X) на внутрішньому ринку дорівнює 0,87 та є меншим за показник економічної ефективності експорту, який складає 1,09 на 0,22, що свідчить про вигідність експорту для підприємства.

Особливе значення для зростання ефективності ЗЕД ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АБРАЗИВНИЙ КОМБІНАТ» є оптимізація структури затрат на виробництво експортної продукції, що включає в себе вартість матеріальних витрат, амортизацію, оплату праці та ін. На підприємстві не розрізняють собівартості продукції в залежності від каналу реалізації, тобто показник собівартості є агрегованим вимірником виробленої продукції як для українських споживачів, так і для експорту. Усі витрати на перевезення, зберігання, митні збори відповідно до зазначених в контрактах умов постачання є відповідальністю покупця.

Другою країною за обсягами експортованої продукції є Польща де частка експортованої продукції займає 10 % від загального обсягу експорту. Найголовнішим партнером у Польщі є SC «SILCOREX SA» (м. Варшава). У 2021 році це підприємство закупило продукції на суму 2,924 млн. грн. Аналогічним чином, виберемо із загальної кількості продукції, яку було експортовано до SC «SILCOREX SA», одну марку абразивного інструменту - 14A – P100. Дані обсягу експортованого абразивного інструменту наведені у таблиці 2.7.

Таблиця 2.5 - Обсяги експорту абразивного інструменту (14A – P100) у Польщу SC «SILCOREX SA») [28]

Вид абразивного інструменту	Обсяг продажу, од.	Вартість контракту у грн.	Собівартість продукції у грн.	Вартість контракту у дол. США	Вар-ть 1од/ грн	Ціна на внут ринку
Абразивний інструмент (14A – P100)	1 456	356 433	328 213	44 498,5	244,8	213,7

Розрахуємо показник економічної ефективності експорту (PROMAX) :

$$E_{екон}^{екс} = \frac{44498,5 * 8,01}{328213} = \frac{356433}{328213} = 1,085$$

Показник економічної ефективності експорту абразивного інструменту 14А – Р100 дорівнює 1,085 та є більшим за одиницю, що говорить про ефективність експорту.

Показник ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку у порівнянні з показником економічної ефективності експорту свідчить про доцільність експорту продукції.

$$E_{\text{вн.рин.}}^{\text{екс}} = \frac{1456 * 213,7}{328213} = 0,95$$

Показник економічної ефективності експорту абразивного інструменту 14А – Р100 є більшим за одиницю та вищий, ніж показник ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку на 0,15, що говорить про те, що експорт абразивного інструменту цього виду є вигідним для підприємства, ніж його реалізація на внутрішньому ринку.

Таким чином, за допомогою показників економічної ефективності експорту та ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку ми пересвідчилися, що експорт деяких видів продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є більш привабливим для підприємства.

У разі експорту підприємство отримує більше прибутку ніж при реалізації цієї продукції на внутрішньому ринку. Ефективність здійснення експортних операцій свідчить про ефективну організацію експортної діяльності на підприємстві. Проте система організації експортної діяльності потребує подальшого вдосконалення.

Протягом періоду 2021 року обсяг продажу абразивної продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» закордоном загалом склав 20 373 млн. грн., що на 6% більше за результати 2020 року. Собівартість реалізованої продукції складає 18 961 млн. грн.

У порівнянні з 2020 р. у 2021 р. курс долара США знижувався, а курс євро підвищувався. Структура експорту в розрізі валют змінилася в більш

вигідну сторону для ПАТ «Запорізький абразивний комбінат», що істотно відбилося на підвищенні виторгу підприємства і рентабельності продажів.

Ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» складає:

$$E_{\text{екс ефект}}^{\text{екс}} = \frac{20373}{18961} = 1,075$$

Показник ефективності експорту є більший за одиницю, що свідчить про ефективну організацію експортної діяльності на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат». Таким чином, за допомогою показників економічної ефективності експорту та ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку ми пересвідчилися, що експорт деяких видів продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є більш привабливим для підприємства, тому що у разі експорту підприємство отримує більше прибутку ніж при реалізації цієї продукції на внутрішньому ринку. Проте система організації експортної діяльності потребує подальшого вдосконалення.

2.4 Напрямки вдосконалення експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»

Підвищення конкурентоспроможності продукції, вироблених на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» планованих на експорт, тому що конкуренція на світовому ринку більш тверда і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги.

ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є одним із найбільших у світі виробників електрокорунду нормального – синтетичного матеріалу, вкрай необхідного у багатьох галузях промисловості. Запорізька частка його у світовому виробництві становить понад 10%. Цей синтетичний матеріал на

часі складає 38 % від загального обсягу продукції, що виробляє комбінат, та 70%-ів експорту готової продукції. Так як більшу частку в обсязі реалізації займає електрокорунд нормальний, проведемо аналіз конкурентоздатності даної продукції [43].

Виробництво електрокорунду: бокситовий агломерат - зараз використовується для своїх потреб комбінату. Шматок електрокорунду нормального - повністю переробляється на підприємстві у шліфматеріали. Електрокорунд нормальний застосовується у виробництві абразивного інструменту різних фасонів і профілів, шліфувальної шкурки, при виробництві абразивних паст, для вільного шліфування поверхонь в'язких металів і легованих сталей, що володіють високим механічним опором, при обробці скла, шкіри, дерева, в порошковій металургії, як наповнювач у керамічній промисловості, а також для антипригарного покриття форм перед точним литтям. Частково використовуються для виробництва шліфувальних кругів та шліфшкурки на ЗАК. Але більша частина реалізується, як товарна продукція, на підприємства СНД, України та далекого зарубіжжя [37].

Конкурентами в виробництві електрокорунду нормального для ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є виробники Китаю. Частка китайських виробників на світовому ринку абразивних матеріалів становить майже 60%. Жорстку конкуренцію з боку Китаю пояснюється, насамперед, демпінговими цінами КНР. Так, плавкою електрокорунду в Китаї займаються понад тисячу підприємств, які, до того ж, не мають жодних проблем з енергозабезпеченням. До того ж китайські виробники активно працюють над поступовим підвищенням якості їх абразивних матеріалів.

Китайські виробники встановлюють середню експортну ціну приблизно на 12-18 % нижче ніж інші світові виробники. У 2021 році вона складала 300\$ за тону. Не зважаючи на інфляцію та валютний курс середня експортна ціна для китайського корунду була у 2021 році на 15% нижче, ніж середня ціна 2019 року. В таблиці 2.6 представлена вартість на

електрокорунд нормальний різних виробників у порівнянні з цінами китайських виробників на 2021 рік [44].

Таблиця 2.6 - Вартість на електрокорунд нормальний виробників різних країн (2021 р.) [44]

Підприємство	Собівартість, дол. США/тону
Австрійська компанія «Трайбахер»	380
ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»	300
Гиужоу Китайський завод № 7 , Китай	200

Багато підприємств вже не можуть конкурувати з Китаєм. Так група UCM PLC в Англії відмовилась від виробництва електрокорунду ще у серпні 2009 року, Showa Denko в Японії зупинила виробництво вогнетривкого зерна білого електрокорунду, а австрійська компанія «Трайбахер» більше не виробляє електрокорунд на їх заводі у США та перейшла на матеріали США та китайський імпорт. Плавка на Exolon-ESK в Канаді тимчасово призупинена, а виробники в Індії та Південній Кореї також опинилися на грані закриття.

За останній час спостерігається зростання собівартості виробництва у Китаї через збільшення цін на енергію та транспортні перевезення. Але, цінова перевага китайських виробників у світовому масштабі величезна, адже вартість електроенергії там складає 0,05 – 0,06 дол США за кВт/год [44].

Щодо австрійського ринку абразивів, в Австрії група «Трайбахер» керує виробництвом електрокорунда майже у всій Європі. Група має заводи з плавки в Австрії, Німеччині, Словенії, Італії та Чехії; володіє 51% акцій компанії Surfates. Стає зрозумілим, що компанія «Трайбахер» має великі потужності та може скласти достойну конкуренцію ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».

Повна потужність виробництва електрокорунду групою «Трайбахер» складає 250 000 - 300 000 тон на рік, також компанія має печі на випуск та печі типу Хіггінс.

Не зважаючи на такі потужності з плавки електрокорунду, розсів та збагачення, компанія «Трайбахер» також потерпає від зниження цін на продукцію китайського виробництва. Комбінація швидкого зростання дешевого імпорту у США, спільно зі зростанням цін на енергію, змусило компанію зупинити плавку на заводі на Ніагарському водоспаді у США. Ці потужності зараз працюють для переробки, дроблення, розсіву та збагачення імпортованого електрокорунду - загалом китайського виробництва та європейських заводів Трайбахера [45].

Але не зважаючи на всі цінові фактори більшість електрокорунду китайського виробництва до сих пір поступаються якістю у порівнянні із продукцією ВАТ «Запорізький абразивний комбінат» та європейських виробників, тому що вся продукція комбінату виготовляється за нормативними документами, розробленими у відповідності до вимог державної системи стандартизації України і відповідає міжнародним стандартам, таким як: ISO 525 (шліфувальні круги), ISO 2220, ISO 3920, ISO 3921 (шліфувальні бруски). Система якості постачальника сертифікована згідно ISO 9001 – 2008 TNO "Certification".

Також зауважимо, що якість та конкурентоспроможність електрокорунду нормального та шліф матеріалів з нього, що виготовляється на ПАТ «Запорізький абразивний комбінат», визначається в перше чергу використовуваними бокситами, які характеризуються вмістом Al_2O_3 (оксид алюмінію), Fe_2O_3 (оксид заліза) та CaO (оксид кальція).

Проведемо аналіз вмісту цих показників продукції у порівнянні з китайськими та європейськими виробниками (див. рис. 2.7).

З рис. 2.7 можна зробити висновок, що електрокорунд нормальний та шліфматеріали виробництва ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» відносяться до товару «другої якості». Вони можуть скласти гідну конкуренцію продукції китайських виробників, які поступаються в якості за всіма параметрами.

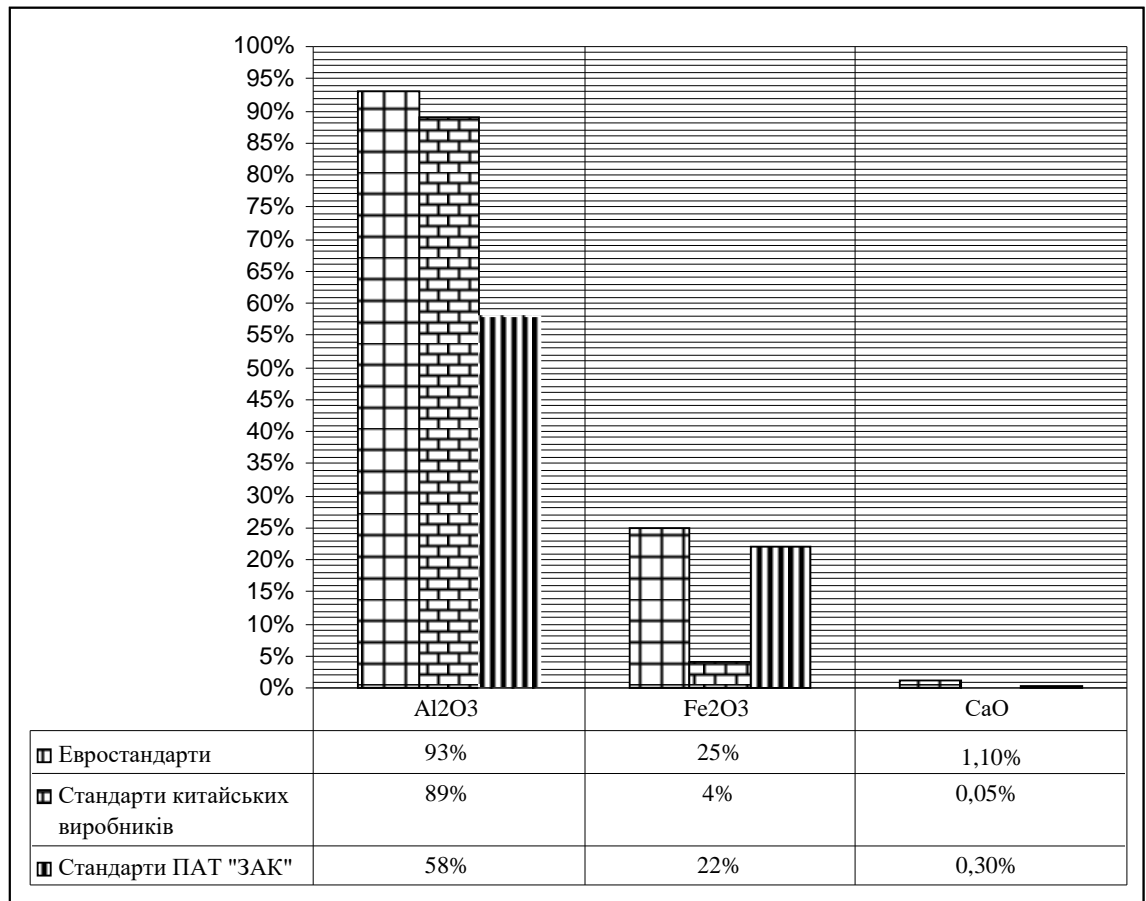


Рис.2.7 - Співвідношення вмісту Al₂O₃, Fe₂O₃ та CaO в бокситах різних виробників електрокорунду нормального [46]

Одним з основних напрямків модернізації є впровадження енергозберігаючих технологій, а саме:

- реконструювання системи теплопостачання відділення дроблення виробництва карбід у і нітриду бору з впровадженням теплових насосів;
- реконструкція електропостачання комбінату з модернізацією системи комерційного обліку.

Конкурентоспроможність продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» повинна постійно контролюватися як основний інтегральний показник, який відображає практично всі сторони його діяльності, характеризує потенціал розвитку, фінансову і виробничу стійкість, визначає місце підприємства на ринку. Тому розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції та самого підприємства ПАТ

«Запорізький абразивний комбінат» є одному з найважливіших завдань на сучасному етапі його розвитку (рис. 2.8).



Рис. 2.8 - Схема напрямів підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»

На нашу думку, найбільш ефективними заходами щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є постійне проведення виробничих нововведень. Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а все зростаюча актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює їх розв'язання за допомогою нових організаційно-технічних і економічних рішень. Усі локальні і особливо глобальні нововведення різної спрямованості можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на виробництво за умови, якщо вони використовуються підприємствами постійно, комплексно і гармонійно.

ВИСНОВКИ

Отже, мета роботи була досягнута. В роботі визначено сутність та складов експортної політики, розраховано ефективність експортної діяльності ПАТ «ЗАК», визначено основні фактори ефективності експортної політики, а також були визначені основні напрямки підвищення ефективності реалізації експортної політики ПАТ «Запорізький абразивний комбінат», а саме:

1. Забезпечення конкурентоспроможної продукції та модернізація виробництва.

2. Створення відділу бенчмаркетингу, який безпосередньо займається пошуком, аналізом та обробкою інформації щодо конкурентів, та спрямований на збільшення обсягу продажу продукції комбінату за рахунок активізації маркетингово-збутової політики на міжнародному ринку.

3. Проведення диверсифікації виробництва з метою виведення на зовнішні ринки нових видів продукції також є необхідною умовою виробничого розвитку комбінату. В результаті диверсифікації створюються кращі умови для господарського маневру, розширюються можливості впливу на економіку підприємства несприятливої світової господарської кон'юнктури, в тому числі погіршення "умов торгівлі". Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованої діяльності.

4. Поліпшити й оптимізувати процесу пошуку контрагентів і встановлення контактів з ними. Потрібно більш інтенсивно використовувати такі засоби пошуку контрагентів, як:

1) інформацію в періодичній пресі (найбільш детальна інформація про 500 крупних американських і зарубіжних фірм міститься в журналі "Fortune");

2) інформацію, що публікується самими фірмами (річних та балансових звітів про діяльність; проспектів та каталогів фірм);

3) інформацію, що надається спеціалізованими організаціями (кредитно-довідковими бюро банків; спілками підприємців; торговими палатами; консультаційними фірмами; державними організаціями). Найвідоміша кредитно-довідкова фірма “Dan and Bredstreet” щорічно випускає бюлетень “Основні ділові коефіцієнти”, де містяться дані про фірми по 125 галузях промисловості.

4) інформація внутрішнього користування;

5) національні і міжнародні довідники по фірмах. До міжнародних відносяться “Konarpass”, “Moody”, “Kelly’s Directory”, “Nordisk Handels Kalender”, “ABC”. Ці довідники поділяються на товарофірмові; адресні; по акціонерних товариствах; загальнофірмові; галузеві; про фінансові зв’язки між фірмами.

5. Розробка і реалізація комплексу маркетингу при експорті кожного виду продукції при виході на новий ринок. Комплекс маркетингу – набір перемінних факторів маркетингу, які піддаються контролю, сукупність яких підприємство використовує в напрямку викликати бажану відповідну реакцію зі сторони цільового ринку. В комплекс маркетингу входить все, що фірма може застосовувати для здійснення дій на попит свого товару. Багаточисленні можливості можна об’єднати в чотири основні групи: товар, ціна, методи розповсюдження і стимулювання.

Маркетинг на міжнародній арені є дуже складним, тому що охоплює не тільки збут, але й інші сфери діяльності підприємства, в тому числі виробництво, НДВКР, постачання, фінанси і т.п. крім того тут необхідне глибоке розуміння соціально-економічних та національно-культурних умов, що склалися в країні, де підприємство наміряється здійснювати свою діяльність. Можуть мати місце різниця в каналах розповсюдження, методах транспортування та зберігання, законодавчому та юридичному забезпеченні, митних правилах. Всі ці особливості значно підвищують загальний комерційний ризик підприємницької діяльності на міжнародному ринку.

Тому підприємству необхідно дуже ретельно сформувати стратегію виходу на зовнішні ринки.

При формування стратегії насамперед необхідно врахувати: на якій стадії життєвого циклу перебуває галузь; структуру галузі; сутність і потужність п'яти конкурентних сил (постачальники найбільш важливих ресурсів, покупці, конкуренція між продавцями всередині галузі, товари-субститути, потенційні продавці даного товару), масштаби діяльності конкурентів.

В цілому здійснення експортних операцій ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» є ефективним і прибутковим, але деяких недоліків в організації експортних операцій ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» можна уникнути за допомогою приведеного комплексу заходів щодо поліпшення організації і підвищенню ефективності експортних операцій.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» URL: [http://kodeksy.com.ua/pro_zovnishn_oekonomichnu_diyal_nist/statja - 1. Htm](http://kodeksy.com.ua/pro_zovnishn_oekonomichnu_diyal_nist/statja-1.htm) (дата звернення: 01.05.2023)
2. Офіційний сайт державної підтримки українського експорту URL: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zakon_v_sferi_zed//3202.html (дата звернення: 01.05.2023)
3. Офіційний сайт УІТО URL: <http://udec.ntu-kpi.kiev.ua> (дата звернення: 01.05.2023)
4. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : Підручник для вузів. Київ: Центр навчальної літератури. 2019. 580с.
5. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посіб. / За заг. ред. А.І. Кредісова. Київ, 2017. 448с.
6. Беличенко А.Г., Киселева Т.К. Менеджмент: Курс лекцій / Запорозька гос. інженерна академія; Запорозький гос. центр науково-технічної та економічної інформації; Аналітично-інформаційний центр "Еко". Запорозьке: ЦНТЕІ, 2011. 124 с.
7. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Менеджмент в організації: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. зі спец. "Менеджмент організацій" усіх форм навч. / Київський економічний ін-т менеджменту - "Екомен". 3-вид., випр. Київ: Кондор, 2018. 596 с.
8. Солодковський Ю. М. Конкурентні моделі розвитку експорту: Автореф. дис. кан. екон. наук: 08.05.01 / Київський національний економічний університет Київ, 2015. 22 с.
9. Богатирьова Л.Д. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. з курсу "Стратегічний менеджмент": Для навч. закл. галузі зв'язку для спец. за напрямками "Економіка та підприємництво" та "Менеджмент" / Державний комітет зв'язку та інформатизації України; Одеська національна академія

зв'язку ім. О.С.Попова. Кафедра менеджменту та маркетингу. Одеса: ОНАЗ, 2017. 146 с.

10. Буркат Т.Л. Міжнародний маркетинг підприємств України у торговельно-економічних відносинах із США: Дис. канд. екон. наук / Українська академія зовнішньої торгівлі. Київ., 2019. 205 с.

11. Губський Б.В. Інтеграційні фактори розвитку України // Стратегія економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка. -Київ:КНЕУ, 2017. 538 с

12. Дахно І.І., Бовтрук Ю.А. Міжнародна економіка: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ: МАУП, 2018. 216 с.

13. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. Київ: Знання, 2019. 462 с.

14. Друкер, Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. Пер. с англ. Минск: Вильяме, 2018. 272 с.

15. Зовнішньоекономічна діяльність / За ред. Ю.Г. Козака Одеса: Астпринт, 2017. 200с.

16. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / І. В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман; За ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Багрової. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 580 с.

17. Зовнішньоекономічна діяльність: нормативна база / Укладач С. Філатов. Харків: Фактор, 2018 28 с.

18. Белінська Я. В. Організація експорту: зарубіжний досвід та уроки для України. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 01.05.2023)

19. Скорнякова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: [Монографія] / Т.В.Скорнякова. Київ: Наук.світ, 2016. 319 с.

20. Кириченко О., Кавас І., Ятченко А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Київ Фінансист, 2017 634с.

21. За даними асоціації «Украбразив» URL: [//http://www.ukrabrasives.com.ua](http://www.ukrabrasives.com.ua) (дата звернення: 01.05.2023)
22. Анализ мирового потребления абразивной продукции // URL: <http://www.abrasives.ru> (дата звернення: 01.05.2023)
23. Офіційний сайт компанії Saint-gobain Abrasives (SGA) URL: <http://www.saint-gobain-abrasives.com/landingimg.aspx?id=205442> (дата звернення: 01.05.2023)
24. Офіційний сайт UNCTAD/WTO. URL: <http://www.un.org/ru/ga/itc/> (дата звернення: 01.05.2023)
25. Абразивная промышленность Европы. URL: <http://www.abrasives.ru/misc/europeanmarket/statya-122.html> (дата звернення: 01.05.2023)
26. Лідери абразивного виробництва URL: <http://abraziv.pro/> (дата звернення: 01.05.2023)
27. Офіційний сайт ВАТ "Лужский абразивный завод" URL: <http://www.lyzhabrasives.com> (дата звернення: 01.05.2023)
28. Шаповал Е. Рынок абразивного инструмента // Бизнес. 2021.- № 5.- С.106-110. (дата звернення: 01.05.2023)
29. Рынок шлифовочных инструментов Европы URL: <http://www.abrasives.ru/misc/rus&euro/statya-109.html> (дата звернення: 01.05.2023)
30. Офіційний сайт ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» URL: <http://www.abrasive.zp.ua/> (дата звернення: 01.05.2023)
31. Товарна продукція ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» URL: <http://pao-zaporozhskij-abr.uaprom.net/a61665-zaporozhskij-abrazivnyj-kombinat.html> (дата звернення: 01.05.2023)
32. Звіти фінансового відділу ПАТ «Запорізький абразивний комбінат».
33. Звіт відділу управління зовнішньоекономічними зв'язками ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» за 2021 р.

34. Річна інформація емітента цінних паперів ПАТ «Запорізький абразивний комбінат» за 2020 р. – 69 с.

35. Положення про Відділ управління зовнішньоекономічними зв'язками ПАТ «Запорізький абразивний комбінат». – Запоріжжя, 2022. – 16с.

36. Положення про забезпечення ефективної роботи відділу управління зовнішньоекономічними зв'язками ПАТ «Запорізький абразивний комбінат». – Запоріжжя, 2022. – 7с.

37. Положення про документообіг відділу управління зовнішньоекономічними зв'язками ПАТ «Запорізький абразивний комбінат». Запоріжжя, 2022. – 5с.

38. Бізнес –портал «UA/Region/Info» URL: <http://www.ua-region.info/00222226> (дата звернення: 01.05.2023)

39. Конкуренція на ринку абразивного матеріалу URL: <http://www.avglob.org.ua/abrazivnyiy-poroshok.html> (дата звернення: 01.05.2023)

40. Компанія Трайбахер – все ще попереду! URL: <http://www.infogeo.ru/metalls/firm/?act=show&i=1889> (дата звернення: 01.05.2023)

41. Звіт відділу якості ПАТ «Запорізький абразивний комбінат». Запоріжжя, 2022. – 19 с.

42. Кредиты и депозиты в Украине URL: <http://www.creditdeposit.com.ua/depozity/tarifi> (дата звернення: 01.05.2023)

43. Наказ Фонду Держмайна України. Щодо встановлення розміру умовно безризикової складової ставки капіталізації, яка використовується для розрахунку ставки капіталізації, та інших показників URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0844224-09> (дата звернення: 01.05.2023)