

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**«ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА (ЗА ВИДАМИ  
ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ)»**

**На матеріалах підприємства ТОВ «ВІАКОМ» м. Київ**

Студента 2 курсу, 1м групи,  
спеціальності «міжнародна  
економіка»

Полатова Д.Є.

---

*(підпис студента)*

Науковий керівник  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри  
світової економіки

Генералов О.В.

---

*(підпис керівника)*

Гарант освітньої  
програми  
к.е.н., проф.

Кудирко Л.П.

---

*(підпис гаранта)*

**Київ 2020**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1. Теоретичні підходи до стратегічного управління та стратегій виходу на зарубіжний ринок.....	6
1.2. Оцінка міжнародного торговельного середовища.....	12
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІАКОМ».....	17
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ВІАКОМ» ...	17
2.2. Аналіз ефективності експортної стратегії ТОВ «ВІАКОМ».....	25
Висновки до розділу 2.....	33
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ТОВ «ВІАКОМ» НА ЗОВНІШНІ РИНКИ .....	34
3.1. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення експортної діяльності ТОВ «ВІАКОМ».....	34
3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ «ВІАКОМ».....	40
Висновки до розділу 3.....	45
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	49
ДОДАТКИ .....	51

## ВСТУП

Формування стійких передумов розвитку підприємства є найважливішою управлінським завданням. Її рішення вимагає як пошуку необхідних ресурсів, так і відповідних змін в системі управління. Обґрунтування моделей розвитку підприємств на підставі механізмів міжнародного співробітництва дозволяє вирішувати подібні завдання саме в умовах ресурсних обмежень, і перш за все - дефіциту інвестиційних ресурсів.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою інтеграцією і кооперацією, експортом і імпортом товарів і послуг, виходом на зовнішній ринок. Зовнішньоекономічна діяльність є складовою частиною всієї роботи більшості підприємств.

Практичне розв'язання цього завдання безпосередньо залежить від правильно обраної та реалізованої стратегії управління експортним потенціалом, сформованої структури управління експортною діяльністю, а також від якісного обліку і контролю експортної діяльності підприємства. В даний час у підприємств, які здійснюють експортну діяльність, як правило, відсутні стратегії збуту продукції на зовнішніх ринках, а планування експортної діяльності обмежується лише оцінкою майбутніх продажів без будь-якої прив'язки до виробництва.

Особлива важливість вибору найбільш оптимальної експортної стратегії пов'язана з більш серйозними труднощами, які супроводжують процес реалізації товару на зарубіжному ринку. Планування вступу на цей ринок вимагає врахування великої кількості зовнішніх і внутрішніх факторів, здатних або послужити причиною до успішного завоювання зовнішнього ринку при чіткому їх аналізі, або навпаки ускладнити виконання завдання виходу на обраний ринок.

**Актуальність теми дослідження** зумовлена тим, що в сучасних умовах господарювання особливої актуальності для підприємств набувають

питання підвищення прибутковості. Одним з напрямків досягнення подібних цілей є підвищення ефективності експортної діяльності підприємства. дозволяє визначити особливості його діяльності, недоліки в роботі і причини їх виникнення, а також на основі отриманих результатів виявити найбільш раціональні напрямки розподілу фінансових ресурсів. Результати аналізу рівня економічного потенціалу підприємства дозволяють виявити вразливі місця, що потребують розробки заходів по їх ліквідації.

**Аналіз рівня розробленості теми.** Така багатогранна категорія як «економічний потенціал» викликає інтерес у багатьох вчених. У науковій літературі використовуються різні визначення економічного потенціалу, його структури і методів вимірювання, однак застосувати їх для підприємств будівництва без відповідних уточнень галузі не можна.

Істотний внесок у розробку теоретичних і методичних аспектів здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства в різний час внесли Ю.Н. Бахрамов, Н.І. Діденко, Л.Є. Стровский, Л.А. Какорін, Ф. Котлер, Н.К. Моїсеева і ін.

Серед сучасних вчених, викласти проблеми аналізу економічного потенціалу, можна виділити Т. М. Мельник, Л.П. Серова, К. І. Ладиченко, , Л.Л. Антонюк, М.О. Карпенко та інші.

Проте, теоретико-методологічна основа для оцінки експортної стратегії підприємства на сьогоднішній день не була остаточно сформована.

**Метою випускної кваліфікаційної роботи** є аналіз теоретичних та методичних засад розробки експортної стратегії підприємства та обґрунтування заходів щодо її удосконалення. Для досягнення поставленої мети, в роботі були виконані наступні **завдання**:

- визначити теоретичні підходи до проблеми управління експортною діяльністю на підприємстві;
- здійснити аналіз експортної діяльності підприємства ТОВ «ВІАКОМ»;
- розробити рекомендації щодо розширення експортних можливостей

ТОВ «ВІАКОМ»;

- обґрунтувати технологію реалізації пропонованих рекомендацій в діяльність підприємства ТОВ «ВІАКОМ»;

**Об'єкт дослідження** – процес розробки експортної стратегії підприємства.

**Предмет дослідження** – теоретичні та практичні підходи до розробки експортної стратегії підприємства.

**Методи дослідження** Рішення поставлених в роботі завдань здійснювалося на основі системного підходу, з використанням методів економіко-математичного та системного моделювання, методів аналізу, синтезу, групування, порівняння.

**Наукова новизна дослідження** – розроблено та апробовано механізм експортної стратегії підприємства, оцінки її рівня. У роботі проведена оцінка ефективності розробленого заходи, яка підтверджує доцільність його реалізації. В результаті виявлено, що для ефективного удосконалення управління зовнішньоторговельної стратегією, підприємство повинно використовувати всі доступні йому виробничі потужності, з метою збільшення обсягів виробництва експортної продукції.

**Інформація про апробацію результатів дослідження.** Основні положення, теоретичні висновки і практичні рекомендації, сформульовані в випускній кваліфікаційній роботі, були представлені в студентському збірнику наукових статей.

**Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи.** Робота складається з анотації, вступу, трьох розділів, які включають в себе по 2 параграфи, висновки до кожного розділу, загальні висновки та пропозиції, список використаних джерел, додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Теоретичні підходи до стратегічного управління та стратегій виходу на зарубіжний ринок

Для сучасної економіки стає нормою, коли підприємства, що раніше орієнтувалися в основному на внутрішній ринок, сміливо виходять на ринки інших країн і неухильно збільшують свою частку експорту. Успішність виходу підприємства на зовнішній ринок забезпечує всебічний стратегічний аналіз міжнародної навколишнього середовища, її основних особливостей і сприяють чинників. Велике значення тут має стратегічне планування для подальшого успішного освоєння зарубіжних ринків.

Стратегічне планування - це управлінський процес створення і підтримки стратегічної відповідності між цілями, її шансами і потенційними можливостями в області маркетингу [1,3].



Рис. 1.1. – Стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки

Джерело: [2].

1. Експортна стратегія - основна і найбільш поширена форма виходу підприємств на зовнішні ринки. Головною перевагою експортної моделі виходу на закордонні ринки є те, що вона дозволяє компаніям уникнути великих обсягів фінансових витрат на створення в іншій країні виробничих потужностей. Але варто відзначити, що дана стратегія має ряд істотних недоліків. По-перше, вона досить вразлива до змін у зовнішньому середовищі, зокрема зміна в політичній обстановки, в світовому економічному просторі. По-друге, експортна модель може виявитися економічно не вигідною, в тому випадку, якщо в інших країнах є можливість виробляти товар з істотно меншими витратами. По-третє, при реалізації даної стратегії фірма може зіткнутися з досить високими витратами на транспортування свого товару в іншу країну. Крім того, суттєвим мінусом експортної моделі є, те що компанії можуть зіткнутися з досить високими митами, які приведуть до надмірного подорожчання її продукції за кордоном.

Далі розглянемо особливості експортної моделі виходу компаній на зовнішні ринки. Зазвичай експорт поділяють на непрямий і прямий. При непрямому експорті встановленням контакту зі споживачем експортної продукції, оформленням і доставкою замовлень, і іншими деталями просування товару на зовнішній ринок займається незалежна, що не відноситься до компанії фірма. Іншими словами, товари, вироблені компанією всередині національної країни, купуються якимись третіми особами в місці виробництва і продаються покупцям вже в іншій країні [5].

При прямому експорті фірма самостійно без посередників виводить товар на зовнішній ринок. Незаперечною перевагою такої форми є те, що компанія повністю контролює процес.

Прямий експорт здійснюється фірмою самостійно: через відділ експорту, через філія по збуту за кордоном, через торгових представників, шляхом залучення зарубіжних дистриб'юторів.

Порівняємо стратегії прямого і непрямиго експорту. По-перше, безумовним плюсом непрямиго експорту є, те що місцевим компаніям не

потрібно створювати експортні відділи. Всі зв'язки із зарубіжними партнерами налагоджені у найманих фахівців. Також наймані фахівці займаються оформленням і збиранням всією необхідною інформацією і документацією. Крім того, так як посередник працює від свого імені, фірми-замовники несуть мінімальні ризики. Однак при непрямому експорті у виробників повністю відсутній контроль за продажем товару на іноземному ринку, все повноваження передаються посередницької компанії, а фірма виробник опиняється «поза грою». На відміну від непрямого експорту, при прямому експорті, компанія самостійно контролюють експортну діяльність. Таким чином, компанія-експортер сама встановлює безпосередній контакт з іноземним партнером. У фірми з'являються можливості самостійно вибирати покупців, продавати свій продукт за вищими цінами. У цьому полягає одна з переваг перед стратегією непрямого експорту. Однак ця перевага породжує те, що всі витрати і ризики виходу на зовнішній ринок доводиться нести фірмі-експортеру, а не посередника.

Прямий експорт зазвичай є наступним етапом в міжнародній діяльності фірми. Необхідно враховувати, що така діяльність пов'язана зі збільшенням витрат і ступеня ризику, але компенсується відсутністю необхідності роботи з посередниками [6].

У будь-якому випадку, вибрала фірма стратегію непрямого або прямого експорту, найкращим способом розповісти і представити свою продукцію для зарубіжних споживачів буде участь у виставках.

2. Контрактне виробництво (субпідряд) використовується в разі, коли компанія укладає договір з іншим підприємством з приводу виготовлення різних виробів і надання послуг. Підприємство, з яким підписується контракт, може бути місцевим, або знаходиться в тій же країні, що і компанія, або знаходиться в третій країні. Контрактне виробництво використовується в разі виробництва окремих частин продукції, виконанні окремих стадій технологічного процесу, переробки сировини і матеріалів, а також при монтажі і збірці з деталей і комплектуючих, вироблених в різних



країнах, готового виробу. Зазвичай компанії, що займаються у фармацевтичній, хімічній, текстильній та металообробній сферах, використовують стратегію контрактного виробництва для завершення стадій технологічного процесу [5].

Плюс способу - збереження в своєму віданні найважливіших управлінських функцій, незначні витрати на налагодження виробництва, відсутність проблем з адаптацією вартості товару під кон'юнктуру ринку. Мінус - труднощі при пошуку компетентних партнерів і перенесення високотехнологічного виробництва, ризик запозичення інтелектуальних ресурсів (технологій і ін.).

3. Спільне підприємство - створення декількома підприємствами компаній із загальними доходами, відповідальністю і ризиками. Плюс - оволодіння новими технологіями і знаннями, обхід вхідних бар'єрів на висококонкурентному ринку. Мінус - високі витрати, ризик виникнення конфліктних ситуацій з партнерами.

Інтеграція передбачає здійснення прямих інвестицій і діяльності на зовнішньому ринку на основі права власності. Стратегії інтеграції характеризуються найвищими рівнями ризику і капіталовкладень. Однак це дає підприємствам, які вибрали дані стратегії, можливість мати високу ступінь залученості в ринок. При цьому підприємству доступний ринок збуту, ресурси і переваги на зовнішньому ринку, а також весь спектр економічних ефектів розвитку. За кордон можуть бути перенесені практично всі стадії бізнес-циклу. Високий рівень менеджменту і контролю дає можливість ефективно організувати бізнес-процеси і досягти обраної стратегічної мети. Підприємство отримує більшу свободу в реалізації своїх локальних стратегій (наприклад, стратегій маркетингу, ціноутворення) і реагуванні на зміну ринкової ситуації. Однак потрібно враховувати, що стратегії інтеграції в основному доцільні для підприємств з середніми і великими масштабами діяльності, які часто не мають гнучкості в управлінні.

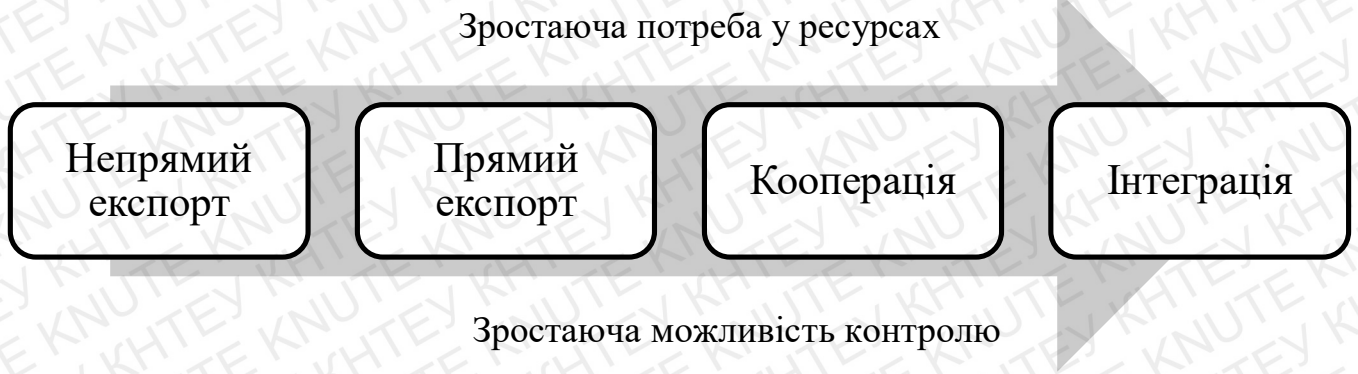
Це може сповільнити досягнення наміченої стратегічної мети і отримання бажаних економічних ефектів.

Філія або дочірнє підприємство – це найбільш повна форма залучення до діяльності на зарубіжному ринку. Його суть в інвестуванні капіталу в створення за кордоном власних складальних або виробничих підприємств.

Ієрархічна стратегія виходу компаній на зарубіжні ринки може здійснюватися в наступних формах: поглинання (придбання), злиття, створення дочірнього підприємства, створення стратегічних альянсів. Можна виділити 2 основні шляхи використання ієрархічної стратегії виходу на зовнішній ринок: купити, поглинути вже існуючий бізнес (brownfield investments) або побудувати нову компанію «з нуля» (greenfield investments).

Створення дочірнього підприємства «з нуля» (green field investment) дає можливість повністю контролювати діяльність «нової» компанії на зовнішньому ринку. Однак варто зазначити, що для здійснення даної стратегії потрібно набагато більше фінансових ресурсів у порівнянні з іншими моделями виходу на зовнішні ринки [5].

При створенні дочірнього підприємства в іншій країні, фірмі також необхідно знати особливості місцевого регулювання, законодавства, інвестиційного клімату та бізнес-середовища. Крім того, при здійсненні даної стратегії виходу на зовнішні ринки велику роль відіграють культурні чинники, тому менеджменту компанії (особливо співробітникам, які працюють на місці реалізації проекту) необхідно ефективно спілкуватися з локальним персоналом, що може бути важко в перший час роботи. Також, потрібно пам'ятати, що кожна з стратегій експорту потребує залучення ресурсів та контролю, але у різній мірі, що впливає на кінцевий результат – задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.



**Рис. 1.2 – Можливість контролю над діяльністю при застосуванні різних стратегій**

*Джерело: [5].*

Таким чином, систематизувавши всі можливі стратегії експорту та проаналізувавши їх характеристику ми робимо висновок, що кожна із стратегій має свої переваги та залучення ресурсів.

## 1.2. Оцінка міжнародного торговельного середовища

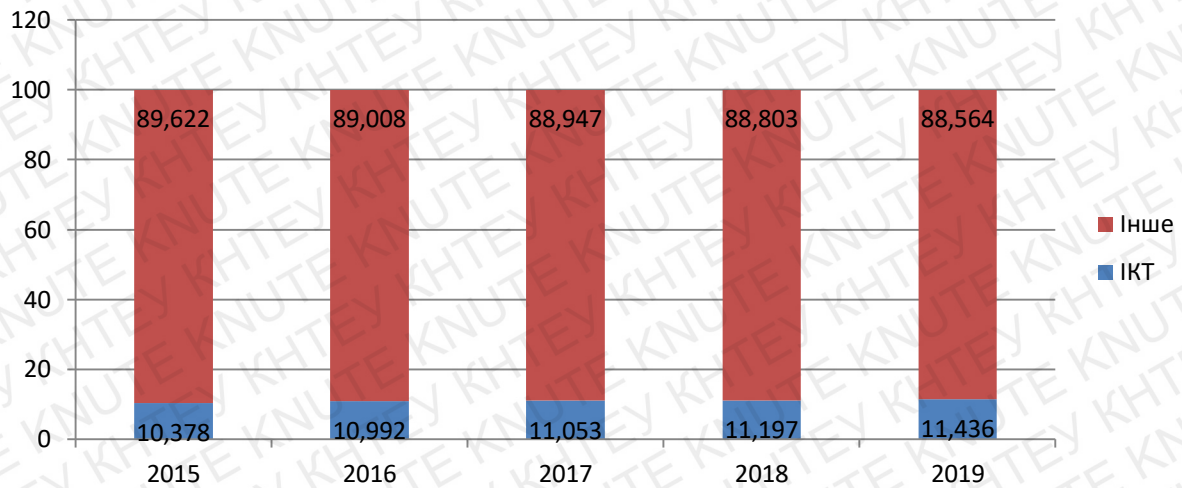
ТОВ «ВІАКОМ» займається торгівлею електронних комплектуючих, надає комп'ютерні послуги, тобто розвивається у сфері ІКТ.

Великі дані - це дуже актуальна зараз тема, коли с наближенням ери інтернету речей (IoT) швидкими темпами відбувається з'єднання між собою всіх видів пристроїв, транспортних засобів, систем і датчиків.

Перспективи підвищення якості нашого повсякденного життя здаються безмежними. Відкриваються широкі можливості підприємницької діяльності. А для тих, чия діяльність спрямована на використання можливостей зростання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в інтересах сталого розвитку, великі дані мають величезний потенціал для пошуку оптимальних рішень та вироблення більш ефективної політики.

Найважливішою подією сучасного світового розвитку є те, що в глобальній економіці відбуваються глибокі зміни і якісні структурні трансформації, пов'язані з кардинальною переоцінкою економічних цінностей на принципах цифрових технологій, перш за все, з випереджаючим переходом розвинених країн на новий технологічний уклад – економіка знань і послуг, цифрових і природоохоронних технологій, багаторазово знижує енерго- і матеріалоемності виробництва. Національні економіки спеціалізуються на виробництві певних нових видів товарів і послуг, підвищується ефективність і продуктивність, цифрові технології призводять до якісних змін в продуктивних силах і структурним технологічним зрушень в економіці, все більше шикуючись навколо так званих довгих глобальних виробничих ланцюжків доданої вартості, що створюють якісні, висококваліфіковані робочі місця.

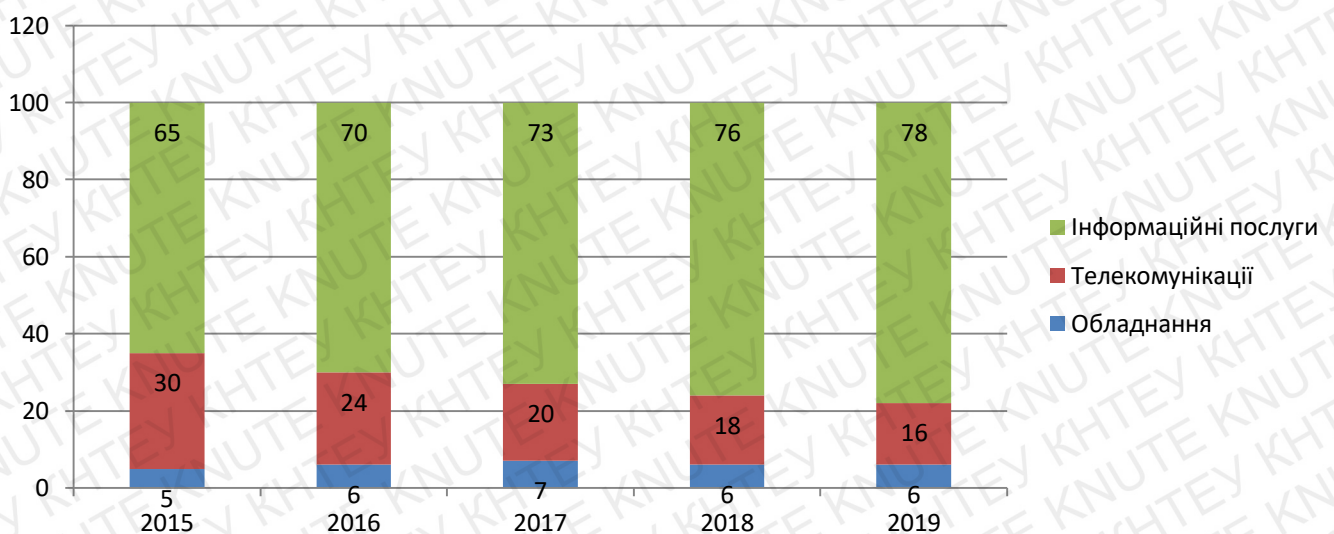
Інтенсивний розвиток інформаційних і комунікаційних технологій привели до організації економічної діяльності – ІКТ. Структура торгівлі ІКТ в загальному обсязі торгівлі представлена на рис. 1.2.2.



**Рис. 1.3 – Відсоток торгівлі ІКТ в загальному обсязі світової торгівлі, 2015-2019 р.р., %**

*Джерело: [13, 15, 16, 18].*

Отож, як ми бачимо з рис. 1.3 – доля торгівлі ІКТ зростає з кожним роком, але досить невеликими темпами. У 2015 році доля ІКТ становила 10,378% від загальної торгівлі, у 2016 році збільшилася на 0,614% і досягла рівня 10,992%, та у 2019 році досягла позначки 11,436%. Це означає, що позиції цієї групи товарів та послуг закріплюються на світовому ринку, про це говорить стабільний, але невеликий ріст частки від загальної структури торгівлі.

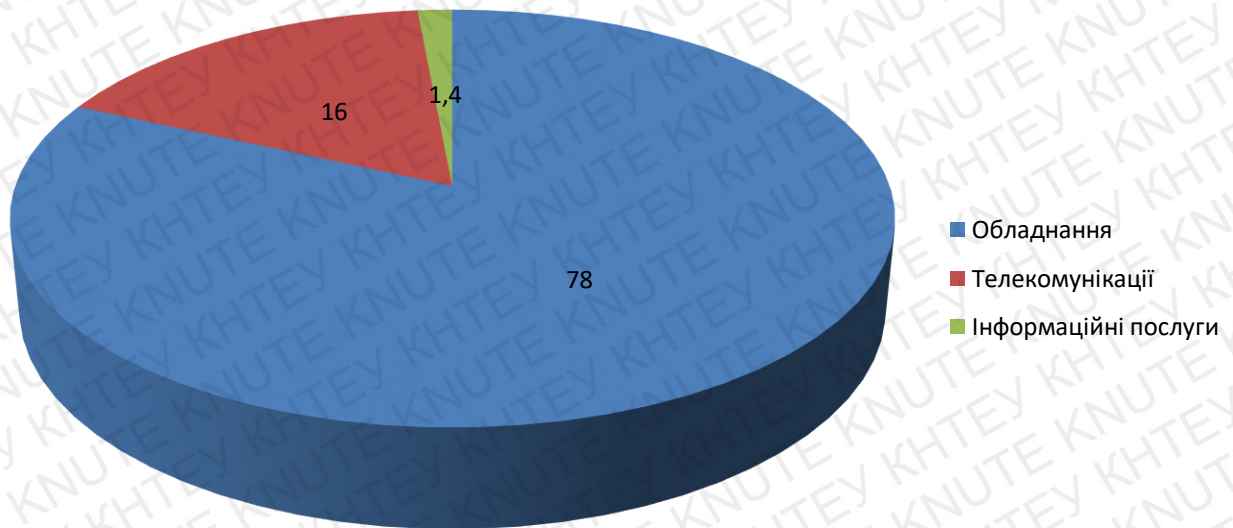


**Рис. 1.4 – Експорт товарів ІКТ (% від загального експорту товарів)**

*Джерело: [13, 15, 16, 17, 18].*

Хоча частка телекомунікаційних послуг знизилася, надходження комп'ютерних послуг зросли більш ніж удвічі, збільшивши їх частку в торгівлі ІКТ з 65 відсотків у 2015 році до 78 відсотків у 2019 році. Комп'ютерні послуги, включаючи розробку баз даних, обробку даних та проектування програмного забезпечення, виграла від технологічних змін, таких як збільшення бізнесу.

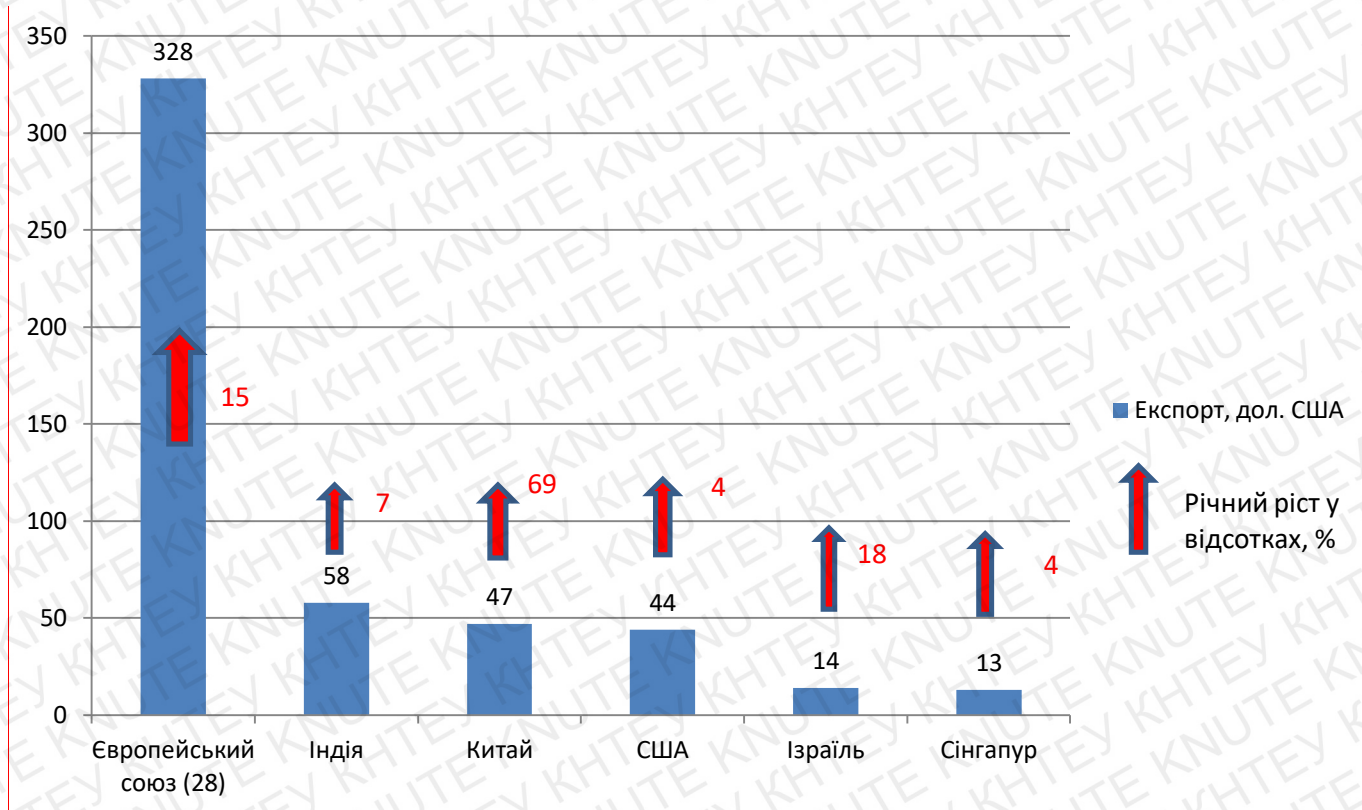
Також в торгівлі комп'ютерними послугами зростає надання програмного забезпечення у завантажуваному форматі з регулярними оновленнями, на відміну від торгівлі програмним забезпеченням на фізичних носіях, таких як DVD-диски.



**Рис. 1.5 – Світовий експорт ІКТ за видами, 2019, %**

*Джерело: [13, 15, 16, 18].*

Наприклад, Ірландія - найбільший світовий експортер комп'ютерних послуг - спостерігала збільшення експорту програмного забезпечення як послуги, тоді як фізичний експорт зменшився з 2014 по 2016 рік. Ізраїль, з іншого боку, спостерігав зростання як експорту послуг, так і фізичного експорту з 2015 по 2018 рік. Його послуги зросли більш ніж у 11 разів швидше, ніж експорт фізичного програмного забезпечення [13].



**Рис. 1.6 – Провідні експортери ІКТ, 2019 рік, (млрд. дол. США та річна зміна у відсотках)**

*Джерело: [13, 15, 16, 18].*

У 2019 році Європейський Союз був провідним експортером послуг ІКТ (а Ірландія - найбільшим експортером ІКТ у ЄС та у світі). Індія була другим за величиною експортером, а Китай випередив США як третім за величиною. Ізраїль випередив Сінгапур на 1млрд. дол. США, але слід відмітити, що ріст та перспектива Ізраїлю на даному ринку є більшою, адже відбувається стрімкий ріст (+18% від минулорічних показників).

Отже, з проведеного аналізу ми можемо зробити наступні висновки:

1. Ступінь важливості даної сфери в торгівлі важко переоцінити – вона займає більше ніж 1/10 світової торгівлі.
2. У світовій торгівлі переважає торгівля обладнанням – 78% у структурі ІКТ.
3. Провідними експортерами даного категорії є країни ЄС (це позитивне явище, так як ТОВ «ВІАКОМ» співпрацює з рядом європейських країн).

## Висновки до розділу 1.

Дуже важливо здійснювати стратегічне планування в будь-якій економічній ситуації, тим більше в кризовий період. Стратегічний менеджмент - єдиний вірний варіант управління, якщо мета - успішний розвиток підприємства.

Під час аналізу стратегій експорту нами було визначено, що існує чотири основні стратегії виходу на зовнішні ринки, а саме:

1. Стратегія прямого та непрямого експорту.
2. Стратегія непрямого експорту.
3. Стратегія кооперації.
4. Стратегія інтеграції.

Кожна з вищеперерахованих стратегій потребує залучення ресурсів та контролю, але у різній мірі, що впливає на кінцевий результат – задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.

Аналіз міжнародного середовища дозволив нам зробити наступні висновки:

1. Доля ІКТ в частці світової торгівлі становить більше 10% та має тенденцію до посилення впливу.
2. У самій структурі ІКТ посилюються позиції інформаційних послуг і зменшуються телекомунікаційні послуги, частка обладнання залишається незмінною, збільшивши їх частку в торгівлі ІКТ з 65 відсотків у 2015 році до 78 відсотків у 2019 році. Комп'ютерні послуги, включаючи розробку баз даних, обробку даних та проектування програмного забезпечення, виграла від технологічних змін, таких як збільшення бізнесу.
3. У 2019 році Європейський Союз був провідним експортером ІКТ, Індія була другим за величиною експортером, а Китай випередив США як третім за величиною. Ізраїль випередив Сингапур на 1млрд. дол. США, але слід відмітити, що ріст та перспектива Ізраїлю на даному ринку є більшою, адже відбувається стрімкий ріст (+18% від минулорічних показників).



## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІАКОМ»

### 2.1 Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ВІАКОМ»

ТОВ «ВІАКОМ» було засновано в липні 1997 р. і на даний момент вона є одним з лідерів українського ринку електронних компонентів.

ТОВ «ВІАКОМ» має власну будівлю площею 5000 кв.м., з них близько 1000 кв. м. займає склад. В компанії працює більше 180 співробітників. В 2005 р. компанію було сертифіковано за системою якості ISO 9001-2001 [14].

ТОВ «ВІАКОМ» успішно розвивається в трьох напрямках:

- дистрибуція електронних компонентів;
- каталожний постачальник зі складу в Києві;
- контрактний виробник.

Компанія має дистриб'юторські і партнерські угоди з багатьма відомими виробниками електронних компонентів.

ТОВ «ВІАКОМ» знаходиться в Києві, Україна та входить до складу оптово-промислової галузі. Код ЄДРПОУ – 24937160. Директором ТОВ «ВІАКОМ» є Качан Віктор Васильович. Розмір статутного капіталу становить 35 000 грн.

*Таблиця 2.1*

#### Види економічної діяльності ТОВ «ВІАКОМ»

КВЕД	Суть діяльності
46.52	Оптова торгівля електронним і телекомунікаційним обладнанням і запчастинами до нього
29.31	Виробництво електричних і електронних комплектуючих для автотранспортних засобів
26.12	Виробництво електронних панелей завантаження
46.19	Діяльність агентів з торгівлі товарами широкого асортименту
46.69	Оптова торгівля іншою технікою і обладнанням
46.90	Неспеціалізована оптова торгівля

*Джерело: розроблено автором на основі [7].*

46.52 (основний вид діяльності) включає:

- оптову торгівлю електронними лампами і трубками;
- оптову торгівлю напівпровідниковими приладами;
- оптову торгівлю мікросіпами та інтегральними мікросхемами;
- оптову торгівлю друкованими платами;
- оптову торгівлю аудіо-, відеоплівками, дискетами, магнітними і оптичними дисками без запису;
- оптову торгівлю телефонами та іншим обладнанням зв'язку.

Метою ТОВ «ВІАКОМ» було і залишається підвищення якості життя замовників. При реалізації проектів застосовуються сучасні інженерні розробки в поєднанні з оптимальними технологічними рішеннями.

ТОВ «ВІАКОМ» пропонує замовнику обладнання в поєднанні з повним комплексом послуг: від розробки проектної документації, підбору обладнання та його монтажу, до пусканалагоджувальних робіт, а також гарантійного і пост гарантійного супроводу.

Наявність власної мережі складів в Україні, країнах Близького Зарубіжжя і в Європі дозволяє оперативно забезпечувати будь-який запит кліматичної техніки - від побутових кондиціонерів до високотехнологічних промислових установок і теплотехнічного обладнання.

Для своїх стратегічних партнерів група компаній ТОВ «ВІАКОМ» пропонує вигідні і гнучкі умови співпраці.

Для детального аналізу діяльності ТОВ «ВІАКОМ» ми оцінимо ряд показників:

- 1) аналіз фінансових результатів діяльності підприємства;
- 2) аналіз ліквідності підприємства;
- 3) аналіз платоспроможності (фінансової стійкості);
- 4) аналіз ділової активності та рентабельності;
- 5) аналіз майнового стану підприємства [22].

Аналіз динаміків фінансових результатів підприємства представлено на таблиці 2.2.

## Динаміка фінансових результатів ТОВ «ВІАКОМ» в 2015-2019 рр.

Показник	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	251 514	432 945	552 586	773 241	41,72	50,67	42,92	42,02
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	175 089	377 717	522 032	729 071	31,82	52,08	47,33	44,86
Валовий:	76 425	55 228	30 554	44 170	145,03	42,77	16,57	20,55
прибуток								
збиток	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші операційні доходи	2 676	136 404	-136 748	-633		5097,31	-98,32	-27,14
Адміністративні витрати	410	456 339	-439 471	6 264	34,41	4847,45	-94,36	23,83
Витрати на збут	4 984	1 550 100	-1 513 127	22 365	19,57	5090,31	-95,73	33,17
Інші операційні витрати	5 977	53 078	-56 231	-656	200,10	592,12	-90,63	-11,29
Фінансовий результат від операційної діяльності:	65 694	-27 405	62 155	15 564	380,33	-33,03	111,87	13,22
прибуток								
збиток	-	-	-	-	-	-	-	-
Дохід від участі в капіталі	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші фінансові доходи	-1	7 993	-7 993	0	-100	-	-100,00	-
Інші доходи	1 902	-1 902	0	130		-	-	
Фінансові витрати	4 511	12 805	-6 369	2 491	91,52	0	0	0
Втрати від участі в капіталі	-	-	-	-		-	-	-
Інші витрати	1 901	-1 901	0	0		0,00	0,00	0,00
Фінансовий результат до оподаткування:	61 183	-32 218	60531	101 841	495,61	-43,82	146,53	12,96
прибуток								
збиток	-	-	73 528	-	-	-	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	- 10 181	3 079	29 034	-8 340	287,03	0,00	0,00	0,00
Чистий фінансовий результат:	-	0	83 456	94 350	579,70	-48,73	172,19	13,05
прибуток								
збиток	-	-	-	-	-	-	-	-

Джерело: [Додаток А].

Проаналізувавши отримані дані, можна зробити висновок, що з 2015 року відбувається стабільний ріст фінансових результатів у цілому. В 2017 році значно зросли показники фінансових результатів. Валовий прибуток зріс на 206 377 тис. грн. загалом за чотири роки, що на 491,6% більше, порівнюючи з 2015 роком. Це в першу чергу пояснюється тим, що у стабільно з 2015 року стабільно збільшувалися темпи собівартості, у нашому випадку (на прикладі торгового підприємства) це означає збільшення обсягів торгівлі. Необхідно відмітити, що з 2015 року у 10,7 разів, незважаючи на збільшення чистого доходу у 4,3 рази, що свідчить про збільшення ефективності діяльності ТОВ «ВІАКОМ». У 2017 році відбулося падіння показника фінансовий результат до оподаткування на 32 218 тис. грн (-43,82%) за рахунок залучення боргових коштів.

В цілому, слід відмітити, що діяльність нашого досліджуваного підприємства розвивається досить стабільно, у напрямку до збільшення показників та ефективності діяльності.

Для більш детального аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства розглянемо ряд показників, для детальнішого аналізу стану підприємства, на основі звітів про фінансовий стан і результати.

Аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства. Ліквідністю якого-небудь активу має на увазі здатність активу трансформуватися в грошові кошти. Чим швидше актив переведеться в грошові кошти, тим вище його ліквідність. Ліквідність підприємства це достатня кількість у підприємства оборотних активів для погашення поточних зобов'язань. За допомогою цього коефіцієнта можна порівняти вартість поточних активів, які мають різну ступінь ліквідності, із сумою поточних зобов'язань [8]. Існують коефіцієнти:

- загальної ліквідності або покриття, які показують, наскільки підприємство здатне забезпечити свої короткострокові зобов'язання;

- поточної або швидкої ліквідності, що показують, яку частину зобов'язань фірма може погасити за рахунок грошових коштів, фінансових інвестицій;

- абсолютної ліквідності, що дозволяють визначити короткострокові зобов'язання, заборгованість за якими компанія може погасити в терміновому порядку [9] (розрахунок показників ділової активності наведено в таблиці 1.2).

Таблиця 2.3

### Динаміка показників ліквідності і платоспроможності ТОВ «ВІАКОМ»

Показник	Період					Абсолютне відхилення			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт грошової платоспроможності (абсолютної ліквідності)	0,03	0,05	0,30	0,03	0,06	0,02	0,25	-0,27	0,03
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,782	2,459	3,668	2,966	2,862	0,68	1,21	-0,70	-0,10
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,43	0,62	1,26	0,97	1,11	0,19	0,63	-0,29	0,14
Чистий оборотний капітал	-	-	-	-	-	-1623	10932	67417	48851
Коефіцієнт платоспроможності	0,03	0,05	0,06	0,04	0,06	0,01	0,01	-0,02	0,02
Коефіцієнт фінансування	0,32	0,64	0,77	0,84	0,88	0,32	0,13	0,07	0,04
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,85	-0,61	-0,42	-0,43	-0,41	0,25	0,18	-0,01	0,02
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	3,01	1,51	1,26	1,17	1,10	-1,51	-0,25	-0,10	-0,07

*Джерело: розраховано автором на основі Додатку А, Б.*

Проаналізувавши показники ліквідності ТОВ «ВІАКОМ» за 2015-2019 р.р., слід відмітити зростання коефіцієнта загальної ліквідності на 0,03 за досліджуваний період. Коефіцієнт швидкої ліквідності ТОВ «ВІАКОМ» збільшився на 0,68 за протягом 2015-2019 р. р. Чистий оборотний капітал показував протягом всього періоду від'ємне значення та протягом 2015-2019 року лише падав, з -78226 до -185185. Це говорить про недостачу коштів для забезпечення безперебійної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів [4].

Коефіцієнт платоспроможності показує відношення оборотних активів до поточних зобов'язань, динаміка позитивна, з 0,03 до 0,06, що є

нормативним значенням. Коефіцієнт фінансування не знаходиться у межах норми, але прямує до нього, 0,88 у 2019 році. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами повинен бути вище за 0,1, у нас цей показник менше нормативного, це є негативним, адже підприємство не може само фінансуватися за рахунок власного капіталу, але, слід відмітити, що динаміка є позитивною. Нормативне значення коефіцієнту маневреності власного капіталу повинне бути більше за нуль, хоча значення є і нормативним, та динаміка є негативною, менеджменту підприємства потрібно звернути увагу на цей показник. Цей показник показує як власні кошти відволікаються на фінансування необоротних активів.

Показники ділової активності. Показники ділової активності дуже важливі для організації. Від швидкості обороту коштів залежить розмір річного обороту, з розмірами обороту, а, отже, і з оборотністю пов'язана відносна величина витрат виробництва (обігу): чим швидше оборот, тим менше на кожен оборот доводиться витрат [10], продемонстровані в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

**Динаміка показників ділової активності ТОВ «ВІАКОМ» в 2015-2019 рр.**

Показник	Період					Абсолютне відхилення			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт оборотності активів	5,02	4,72	6,24	5,75	6,84	-0,30	1,52	-0,49	1,09
Оборот дебіторської заборгованості	0,31	1,64	0,46	0,67	0,48	1,33	-1,17	0,20	-0,19
Оборот кредиторської заборгованості	4,37	5,64	9,32	8,71	9,74	1,27	3,69	-0,61	1,03
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	17,14	15,41	18,5	24,5	27,2	-1,73	3,12	6,02	2,70
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	29,59	22,45	14,7	10,0	6,97	-7,14	-7,70	-4,70	-3,09
Коефіцієнт оборотності запасів	5,02	4,72	6,2	5,75	6,84	-0,30	1,52	-0,49	1,09
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовідача)	225,7	280,9	440	469,8	307	55,24	159,01	29,88	-162,8
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	28,71	10,55	8,31	7,72	7,85	-18,15	-2,24	-0,59	0,14

*Джерело: розраховано автором на основі Додатку А, Б.*

Нормативне значення показника оборотності запасів становить 3-8. Як ми бачимо за таблиці 2.4, що значення даного показника знаходиться в нормі, динаміка також показує тенденцію до покращення.

Важливою складовою оцінки ділової активності підприємств є аналіз стану дебіторської та кредиторської заборгованостей. Розмір дебіторської заборгованості визначається умовами підприємства щодо розрахунків зі своїми клієнтами. Послаблення вказаних умов має як переваги, так і недоліки. Перевагами є зростання обсягу реалізації та прибутку, а недоліками – нестача оборотних коштів, уповільнення оборотності капіталу, можливість збільшення суми безнадійних боргів. Так, коефіцієнт обороту дебіторської заборгованості ТОВ «ВІАКОМ» на 2019 р.р. становить 0,48 дні. Норма становить 10, динаміка негативна.

Подібна тенденція спостерігається з коефіцієнтом кредиторської заборгованості: збільшення значення коефіцієнта більше ніж вдвічі – з 4,37 в 2015 р. до 9,74 у 2019 р. – свідчить про зменшення швидкості погашення заборгованості підприємством.

Аналіз майнового стану підприємства. дозволяють охарактеризувати склад та структуру капіталу підприємства у статичі та динаміці, в тому числі основного та оборотного, визначити технічний та моральний стан основних засобів, тип відтворення та ефективність використання основних засобів [11].

Таблиця 2.5

**Динаміка показників майнового стану ТОВ «ВІАКОМ» 2015-2019 р.р.**

Показники	Період					Абсолютне відхилення			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,35	0,43	0,53	0,56	0,45	0,08	0,10	0,03	-0,11
Коефіцієнт придатності основних засобів	-	1,14	0,96	1,34	2,17	-	-0,18	0,38	0,84
Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства	0,54	0,59	0,76	0,96	0,62	0,05	0,17	0,21	-0,35

Джерело: розраховано автором на основі Додатку А, Б.

Коефіцієнт зносу основних засобів демонструє нам тенденцію до збільшення рівня придатності основних фондів підприємства, що говорить на про покращення технічного стану машин і обладнання, оновлення, з 0,35 до 0,45 за 2015-2019 р.р.

Коефіцієнт придатності основних засобів показує тенденцію до збільшення, що говорить про збільшення частки залишкової вартості від первісної вартості за 2016-2019 р.р., тобто технічний стан обладнання є задовільним [19].

Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства протягом 2015-2019 р.р. демонструє нам збільшення питомої ваги залишкової вартості основних засобів у загальній вартості підприємства, з 0,54 до 0,62.

Отже, в результаті аналізу ТОВ «ВІАКОМ» протягом 2015-2019 р.р. в розрізі показників ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, аналізу балансу та прибутковості слід відмітити стабільний фінансовий стан підприємства, його ліквідність, при цьому позитивними характеристиками фінансового стану ТОВ «ВІАКОМ» є висока ліквідність, оборотність, та незначна залежність від позикових коштів, що в майбутньому може стати фінансовою базою для розширення обсягів господарської діяльності підприємства.



## 2.2. Аналіз ефективності експортної стратегії ТОВ «ВІАКОМ»

При аналізі експортної діяльності підприємства необхідно, в першу чергу, провести горизонтальний аналіз, тобто проаналізувати структуру та динаміку експорту по країнах. Такий аналіз дозволяє оцінити можливості підприємства щодо реалізації продукції в тій чи іншій країні.

Структура експорту по країнах представлена в таблиці 2.2.1.

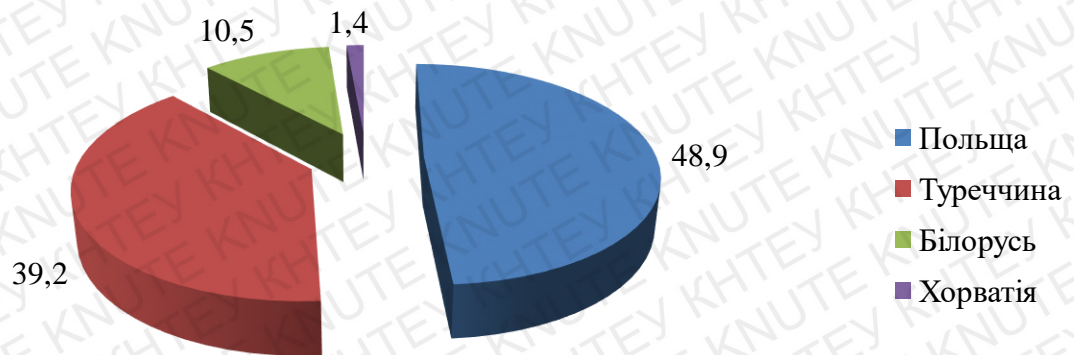
Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності має важливе значення для оцінки поточного економічного стану підприємства, перспектив його розвитку і попередження фінансових втрат. Він є невід'ємною та визначальною частиною загального аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства [12].

Для характеристики роботи підприємства у галузі імпорту його об'єми за звітний рік порівнюються з об'ємами попереднього року. Для оцінки ефективності системи управління імпортом розглянемо географічну структуру найбільших експортерів ТОВ «ВІАКОМ» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

### Обсяг експорту ТОВ «ВІАКОМ» у розрізі держав-імпортерів в 2015-2019 р,р..

Імпортери	2015р.		2016р.		2017р.		2018р.		2019р.		Відхилення 2019/2015рр.	
	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	+ / - тис. грн.	Пунктів структури, %
Польща	883	65,26	841	60,33	820	58,1	814	57,5	813	48,9	-70	747,74
Туреччина	266	19,66	308	22,09	290	20,5	314	22,2	653	39,2	387	633,34
Білорусь	165	12,20	200	14,35	261	18,5	224	15,8	175	10,5	10	162,80
Хорватія	39	2,88	45	3,23	41	2,9	62	4,4	21	1,2	-18	18,12
Разом:	1353	100	1394	100	1412	100	1414	100	1662	100	309	-



**Рис. 2.1 – Географічна структура експорту ТОВ «ВІАКОМ» станом на 2019 р., у %**

*Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».*

У структурі експорту звертає на себе увагу збільшення експорту в Туреччину та поступова відмова експорту до Польщі. Збільшення постачання до Туреччини обумовлене деякими пільгами згідно оподаткування товарів, що означає зменшення витрат діяльності і можливе збільшення прибутків, та політичні відносини України з Туреччиною, що обумовлює зменшення польського експорту. Варто відмітити, що спостерігається й збільшення експорту до Білорусі. Дане явище пояснюється в першу чергу нестабільною експортною діяльністю з Польщею, за рахунок чого підприємство шукає шляхи до залучення необхідних клієнтів до інших країн-імпортерів.

Також, розглянемо товарну структуру експорту ТОВ «ВІАКОМ» за 2015-2019 роки, табл. 2.7

*Таблиця 2.7*

**Динаміка товарної структури експорту ТОВ «ВІАКОМ» 2015-2019 р.**

Товарна позиція	2015р.		2016		2017		2018		2019р.	
	Сума, тис.гр н.	Питома вага, %	Сума, тис.гр н.	Питома вага, %	Сума, тис.гр н.	Питома вага, %	Сума, тис.гр н.	Питома вага, %	Сума, тис.гр н.	Питома вага, %
Активні електронні компоненти:	365	26,98	369	26,47	375	26,56	375	26,52	425	25,57
Пасивні електромеханічні компоненти:	289	21,36	292	20,95	298	21,10	298	21,07	350	21,06

Джерела живлення:	210	15,5	215	15,4	218	15,4	218	15,4	265	15,9
Компоненти бездротового зв'язку:	149	11,0	156	11,2	163	11,5	165	11,6	186	11,2
НВЧ-компоненти:	136	10,1	143	10,3	143	10,1	143	10,1	168	10,1
Обладнання для виробництва електроніки	115	8,50	124	8,90	126	8,92	126	8,91	149	8,97
Інструменти	89	6,58	95	6,81	89	6,30	89	6,29	119	7,16
<b>Всього</b>	<b>1353</b>	<b>100</b>	<b>1394</b>	<b>100</b>	<b>1412</b>	<b>100</b>	<b>1414</b>	<b>100</b>	<b>1662</b>	<b>100</b>

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».

З таблиці 2.7 ми можемо зробити висновок, що товарна структура експорту ТОВ «ВІАКОМ» складається з 7 товарних позицій, а саме: активні електронні компоненти, пасивні електромеханічні компоненти, джерела живлення, компоненти бездротового зв'язку, НВЧ-компоненти, обладнання для виробництва електроніки та інструменти. У структурі переважають активні та пасивні електронні компоненти зі значенням в 26,98% та 21,36% від загальної товарної структури у 2015 році. У 2019 році структура дещо змінилася: посилились позиції інструментів, джерел живлення та компонентів бездротового зв'язку -7,16%, 15,52% та 11,19% порівняно з 6,58%, 15,94% та 11,01% у 2015 році відповідно.

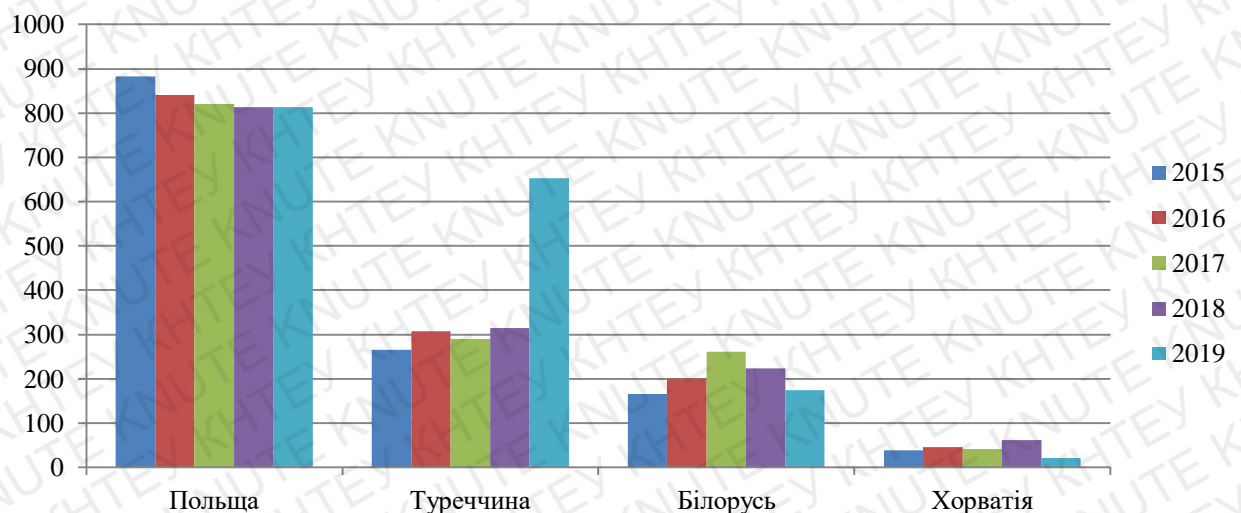


Рис.2.2 – Динаміка росту експорту ТОВ «ВІАКОМ» за 2015-2019рр.

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».

Також потрібно оцінити динаміку доходу та чистого прибутку, табл.

2.8.

Таблиця 2.8

**Динаміка результатів фінансово-господарської та експортної діяльності ТОВ «ВІАКОМ», тис. грн.**

Показник	2015	2016	2017	2018	2019
Чистий дохід	602 919	854 433	1 287 378	1 839 964	2 613 205
Дохід від експорту	17 124	72 145	89 250	124 465	189 230
Чистий прибуток	8 798	59 800	30 661	83 456	94 350

*Джерело: складено автором на основі Додатків А,Б,В.*

Аналізуючи дані, представлені таблиці можна зробити наступні висновки про діяльність підприємства за останні 5 років:

1. Виручка підприємства зросла в 4,3 рази, або на 433 %, при цьому приріст чистого прибутку склав 1072,4%.

2. Чистий прибуток від діяльності організації має позитивне значення, середньорічна її величина за аналізований період дорівнює 85 552 ти. грн.

Для аналізу ефективності експортних операцій в роботі будемо спиратися на методику визначення експорту, так як для розрахунку є всі необхідні дані.

Таблиця 2.9

**Вихідні дані для розрахунку ефекту від експорту, тис. грн.**

Роки	Витрати на експорт	Чистий дохід від експорту	Виробнича собівартість на експорт	Прибуток від експорту	Витрати на реалізацію
2015	17 735	23 124	12 203	5 389	6 523
2016	51 465	72 145	34 569	20 680	22 248
2017	68 520	89 250	41 230	20 730	24 560
2018	97 203	124 465	60 862	27 262	30 150
2019	126 692	189 230	85 203	62 538	68 963

*Джерело: складено автором на основі Додатків А,Б,В.*

1. Ефект від експорту. Показник економічного ефекту від експорту товарів, продукції, робіт або послуг. Характеризує функціонування і ефективність діяльності компанії в галузі експорту.

Розрахунок будемо проводити за формулою (1)

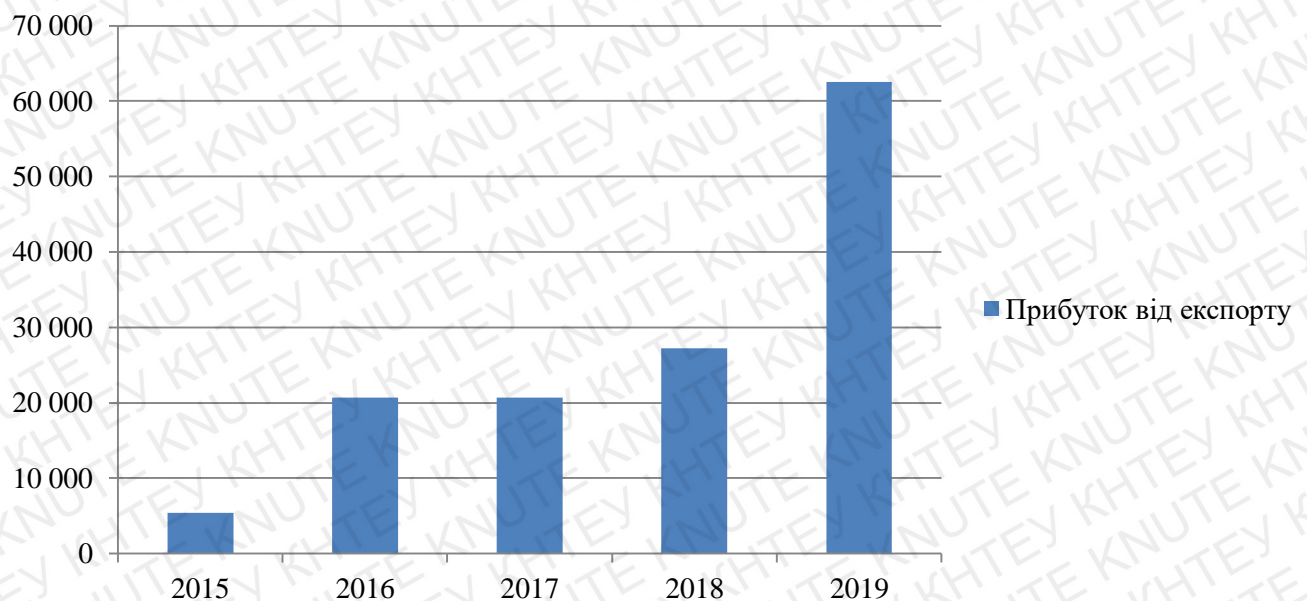
$$E_e(2015) = 23\,124 - 17\,735 = 5\,389$$

$$E_e(2016) = 72\,145 - 51\,465 = 20\,680$$

$$E_e(2017) = 89\,205 - 68\,520 = 20\,730$$

$$E_e(2018) = 124\,465 - 97\,203 = 27\,262$$

$$E_e(2019) = 189\,230 - 126\,692 = 62\,538$$



**Рисунок 2.3 – Динаміка економічного ефекту експорту, тис.грн.**

*Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».*

З отриманих даних можна зробити висновок, що ефект від зовнішньоекономічної діяльності на фінансову діяльність є позитивним, так як підприємство має стабільний прибуток від продажів протягом досліджуваного періоду.

2. Економічна ефективність експорту.

Економічний зміст даного показника полягає в тому, яку кількість вигоди в грошовому еквіваленті отримує підприємства від 1 гривні витрат. Для стабільно функціонуючого підприємства такий показник повинен бути більшим за одиницю, інакше підприємства працює в збиток [19].

Розрахунок даного показника зробимо за формулою (2).

$$\text{Ееф. екс (2015)} = 17\,735 / 5\,389 = 3,29$$

$$\text{Ееф. екс (2016)} = 2,49$$

$$\text{Ееф. екс (2017)} = 3,31$$

$$\text{Ееф. екс (2018)} = 3,57$$

$$\text{Ееф. екс (2019)} = 2,47$$

Протягом аналізованого періоду, показник економічної ефективності більше одиниці. Отже, підприємство функціонує стабільно і працює без збитку.

3. Ефективність виробництва і реалізації продукту на внутрішньому ринку. Розрахуємо показник за формулою (3).

$$\text{Евир. (2015)} = (12\,203 + 6\,230) / 5\,389 = 3,47$$

$$\text{Евир. (2016)} = 2,75$$

$$\text{Евир. (2017)} = 3,17$$

$$\text{Евир. (2018)} = 3,34$$

$$\text{Евир. (2019)} = 2,47$$

В даному випадку виконується головна умова, при якому  $E_e > E_{\text{еф.екс}}$

1. Отже, експорт можна вважати ефективним.

Зведемо дані про трьох показниках в таблицю 2.10.

Таблиця 2.10

**Динаміка показників ефективності та ефекту експорту ТОВ «ВІАКОМ»**

Показники	2015	2016	2017	2018	2019
Ефект від експорту, тис.грн.	5 389	20 680	20 730	27 262	62 538
Економічна ефективність експорту, коеф.	3,29	2,49	3,31	3,57	2,03
Ефективність виробництва і реалізації продукту на внутрішньому ринку, коеф.	3,47	2,75	3,17	3,34	2,47

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».

4. Рентабельність витрат та продажів. В даному випадку рентабельність витрат характеризує рівень прибутку з гривні витрат на виробництво експортної продукції, а рентабельність продажів - рівень прибутку, одержуваної з гривні експортних продажів [20].

Розрахуємо рентабельність витрат за формулою (6).

$$P_v(2015) = 5\,389 / 17\,735 * 100\% = 30,4\%$$

$$P_v(2016) = 40,2\%$$

$$P_v(2017) = 30,25\%$$

$$P_v(2018) = 28\%$$

$$P_v(2019) = 49,4\%.$$

Рентабельність продажів розрахуємо за формулою (7).

$$P_{п}(2015) = 5\,389 / 23\,124 * 100\% = 23,3\%$$

$$P_{п}(2016) = 49,1\%$$

$$P_{п}(2017) = 23\%$$

$$P_{п}(2018) = 22\%$$

$$P_{п}(2019) = 33\%.$$

Наступним кроком ми зведемо дані про рентабельність експорту в таблицю 2.11.

Таблиця 2.11

#### Динаміка рентабельності показників витрат та продажів ТОВ

«ВІАКОМ» 2015-2019 р.р., %

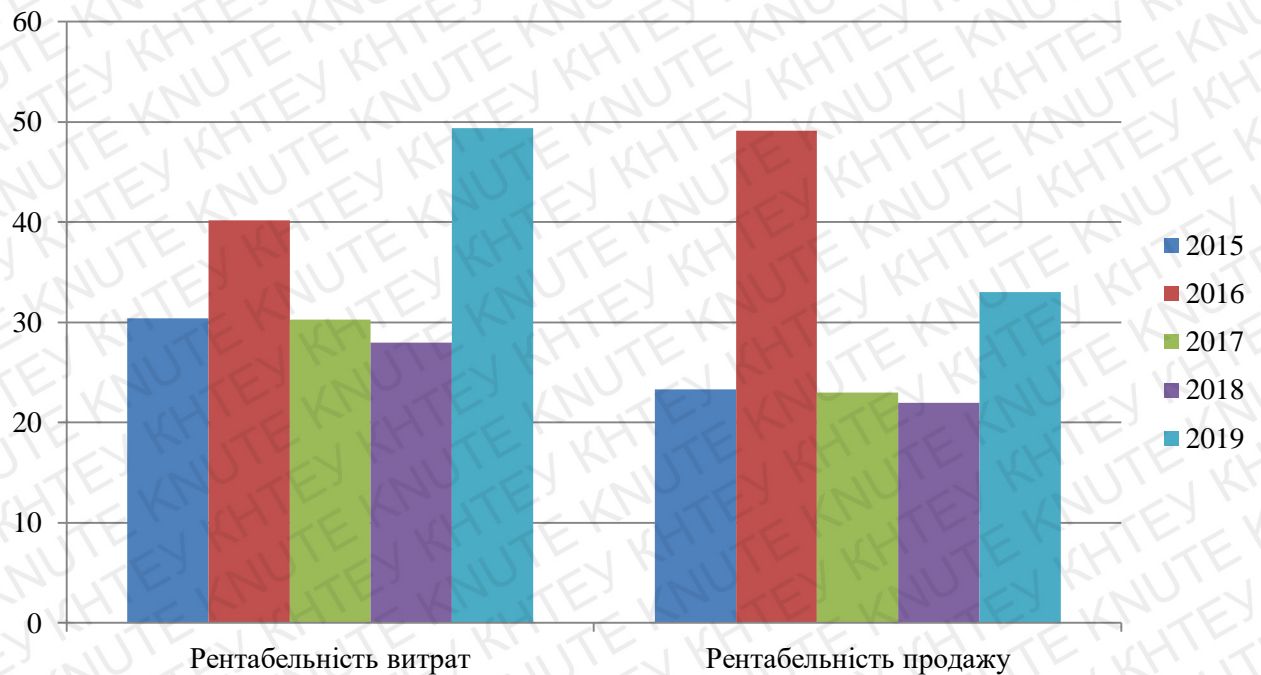
Показник	2015	2016	2017	2018	2019
Рентабельність витрат	30,4	40,2	30,25	28	49,4
Рентабельність продажів	23,3	49,1	23	22	33

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».

Також нам потрібно візуалізувати цифри з таблиці 2.10 у графік.

Динаміка коефіцієнта говорить про необхідність перегляду цін або посилення контролю за собівартістю продукції. Збільшення цього показника в динаміці при незмінній величині витрат говорить про підвищення обсягу

товарообігу, отже, про збільшення прибутку, і навпаки. Чим більше значення цього показника, тим краще.



**Рис. 2.4 - Динаміка показників рентабельності витрат і продажу ТОВ «BIAKOM»**

*Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «BIAKOM».*

З представлених даних видно, що значення показника рентабельності витрат з кожним роком зменшується, отже відбувається зменшення прибутку з гривні витрат на виробництво експортної продукції.

Рівень прибутку, що отримується з гривні експортних продажів так само зменшується з кожним роком.



## Висновки до розділу 2.

ТОВ «ВІАКОМ» розпочало свою діяльність у 1997 році, оптово-торгівельною компанією, яка діє згідно КВЕДУ 46.52. Код ЄДРПОУ – 24937160. Директором ТОВ «ВІАКОМ» є Качан Віктор Васильович. Розмір статутного капіталу становить 35 000 грн.

Аналіз фінансового стану ТОВ «ВІАКОМ» був проведений за допомогою ряду показників, які показали, що у компанії є проблема, зокрема в чистий оборотному капіталі, це говорить про недостачу коштів для забезпечення безперебійної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів; коефіцієнт платоспроможності, який показує негативну динаміку; коефіцієнт кредиторської заборгованості говорить про збільшення значення коефіцієнта більше ніж вдвічі – з 4,37 в 2015 р. до 9,74 у 2019 р. – свідчить про зменшення швидкості погашення заборгованості підприємством.

Для аналізу ефективності експортних операцій ТОВ «ВІАКОМ» був проведений детальний аналіз конкурентних позицій підприємства середовища, в ході якого були виявлені конкурентні переваги підприємства, зроблено висновок про актуальність даного виду діяльності, про можливість виходу підприємства на нові ринки, були розглянуті основні конкуренти компанії і місця їх розташування. Так само було проведено детальний аналіз експортних операцій, структури експорту та його динаміки, аналіз основних економічних показників.

Виходячи з отриманих даних, нами було проведено розрахунок ефективності експортних операцій на підставі методики.

Виходячи з обраної нами методики аналізу експортних операцій можна сказати, що компанія ТОВ «ВІАКОМ» має стабільний прибуток, але нестабільний.. Таким чином, для утримання підприємством стабільних позицій і збільшення прибутку, потрібно вживати заходів щодо вдосконалення експортних операцій.

## РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ТОВ «ВІАКОМ» НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

### 3.1. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення експортної діяльності ТОВ «ВІАКОМ»

Проаналізувавши частку прибутку від експортних операцій і частку прибутку від звичайних видів діяльності робимо висновок, що конкурентоспроможність компанії і її прибуток на пряму залежить від подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності та підвищення її ефективності, хоч і даний вид діяльності займає порівняно меншу частку в структурі комерційних операцій компанії. Виходячи з проведеного аналізу експортної діяльності виявлено наступні проблеми:

- відсутність постійного торгового дистриб'ютора на зовнішніх ринках;
- нестабільність рівня рентабельності;
- нестабільність рівня ефективності експорту;
- нестабільність частки експорту в показнику чистого доходу, з 3% до 7% у різні роки.

На вищеперераховані проблеми вплинуло:

- збільшення рівня боргових зобов'язань;
- незмінність номенклатури продажів;
- відсутність постійного торгового дистриб'ютора на зовнішніх ринках.

Метою будь-якого підприємства, що займається зовнішньоекономічною діяльністю, є досягнення економічного ефекту від експортної діяльності - отримання прибутку. Більшість підприємств прагнуть максимізувати прибуток, а це неможливо без аналізу собівартості продукції, окремих витрат на виробництво і реалізацію продукції, виявлення резервів зниження собівартості і впровадження рекомендацій по зниженню витрат на підприємстві. Тільки комплексно аналізуючи витрати на виробництво, правильно визначаючи резерви їх зниження, підприємство зможе досягти своєї мети і не програти своїм конкурентам.

У зв'язку з погіршенням фінансово-економічного становища на підприємствах-експортерах, що загострилася в зв'язку з проявом впливів негативних тенденцій світової фінансової кризи, що перейшло вже в розряд економічної кризи, багато компаній починають панічно знижувати свої витрати. У зниженні витрат керівництво компаній бачить один з головних рецептів виживання в період кризи.

Варто зазначити, що підприємство використовує стратегію прямого експорту. Як ми вже зазначили у пункті 1.1 – це найпростіший спосіб виходу на зовнішні ринки, перевага цієї даної стратегії полягає в тому, що вона вимагає мінімальних змін в товарній асортимент фірми, її структуру, капітальні витрати і програму діяльності. Саме тому ми пропонуємо змінити вже існуючу стратегію на стратегію непрямого експорту. Дуже важливо для торгового підприємства вийти на рівень кооперації та злиття, минаючи непрямий експорт.

Таблиця 3.1

### Заходи щодо покращення експортної стратегії

Заходи	Календарний план заходів		
	2020	2021	2022
1. Пошук та заключення договору з постійним постачальником мінімум на 1 рік	Пошук та обговорення	Заклучення договору	Визначення ефективності результатів
2. Збільшення номенклатури товарів	Пошук товарів та аналіз ринку	Замовлення нових товарів	Визначення ефективності результатів
3. Зміна форми оплати за продукцію	Обговорення	Заклучення договорів з новими умовами оплати	Визначення ефективності результатів
4. Відвідування виставок та ярмарок	Безпосередньо відвідування заходів		

Джерело: створено автором.

1. Головним чином, причиною зниження ефективності зовнішньоекономічної діяльності є низькі поставки продукції підприємства на зовнішні ринки. У першу чергу, це пов'язано з тим, що експортна стратегія на зовнішніх ринках повинна бути підпорядкована загальній стратегії розвитку компанії і спрямована на вирішення наступних завдань:

- збільшення реалізації продукції, розширення асортименту;
- підтримання високої якості продукції, що виробляється;
- підвищення рентабельності виробництва і продажів [23].

Також співпраця з новими постійними дистриб'юторами може означати вихід на нові ринки, в залежності від зони покриття дистриб'ютора. Вихід на новий ринок збуту означає перспективу подальшого розвитку компанії. Диверсифікація ринків дозволяє підприємству уникнути значної залежності від кон'юнктури одного ринку і досягти кращих комерційних результатів. Однак при цьому збільшується складність роботи, особливо при значних відмінностях цих ринків. Ринки різняться за рівнем цін, вимогам до якості, торговій політиці і т.д. Правильно досліджений і обраний ринок призведе до поліпшення фінансового стану підприємства і значно збільшить ефективність експортної діяльності.

ТОВ «ВІАКОМ» витрачає дуже багато ресурсів на експорт товарів до інших країн, в тому числі, навіть якщо сама не експортує, адже пошук нових дистриб'юторів або транспортних компаній. Існує можливість розглянути роботу з іншими транспортними компаніями, вивчивши їх тарифи і логістичні схеми вантажоперевезень. З огляду на той факт, що поставки продукції здійснюються досить регулярно і невеликими, буде можливо збільшити об'єм поставок та значно знизити витрати і відповідно в значній мірі збільшити ефективність експортних операцій.

Так само існує можливість відкрити транспортний відділ всередині самої компанії, але цей захід є дуже витратною і виявляється дешевше звернутися до конкретної компанії, що займається виключно перевезеннями. У додаток до цього, даний захід буде суперечити нашій стратегії. Хоча,

необхідно зазначити, що перевагами використання фірми-перевізника полягає в тому, що в розпорядженні такої компанії знаходиться ціла мережа транспортних засобів, а так само договору з авіалініями та залізничними компаніями.

2. Розширення асортименту продукції, що експортується є однією з основних задач, необхідних для підтримки конкурентоспроможності підприємства, а так само для збільшення прибутку. Випускаючи нову продукцію і розширюючи асортимент товарів, підприємство знижує залежність від одного товару і збільшує свій збут. Ефективність експорту в значній мірі залежить від його товарної структури. Оптимальне співвідношення груп товарів, що реалізуються підприємством, визначає його асортиментна політика. Завданням при формуванні експортного асортименту є забезпечення динамічного зростання експорту високорентабельних товарів на основі найкращого використання експортних ресурсів і обліку зовнішніх умов. Факторами, що визначають асортимент продукції, що експортується підприємством є зміни в асортименті товарів, пропонованих конкурентами, переваги споживачів, динаміка попиту та досягнення НТП.

3. 1) Дане є більшою мірою оптимізаційною, так як спрямована на зниження витрат і в результаті збільшення прибутку.

На даний момент компанія працює на умовах поставки DDP, при яких всі витрати по сплаті мит, з транспортування несе розглянуте нами підприємство ТОВ «ВІАКОМ».

Для фірми-експортера в багатьох випадках вигідніше працювати на більш лояльних умовах, або ж, з дистриб'ютором. Якщо розглядати варіант зміни умов поставки – потрібно мови СРТ вважаються більш вигідними для експортера при перевезеннях будь-яким видом транспорту. Для продавця межа відповідальності при виборі умов СРТ проходить в момент прийому вантажу перевізником. Далі всі ризики і фінансові зобов'язання за витратами, пов'язаними з доставкою товару, несе покупець (або ділить їх з транспортною компанією або експедитором).

Використання даних умов дозволяє експортеру мінімізувати його ризики і витрати, і часто обмежуються доставкою та завантаженням партії товару в порт або на інше місце, в якому товар відвантажується покупцеві.

Особливо зручно умова СРТ при відвантаженні на транспорт імпортера зі складу продавця.

2) Зміна форми розрахунку. Підприємство ТОВ «ВІАКОМ» працює з постачальниками за допомогою такої форми розрахунку, як акредитив, який представляє собою зобов'язання банку, що надається на прохання клієнта, заплатити третій особі при наданні одержувачем платежу в банк, який виконує акредитив, документів, передбачених умовами акредитива. Використання даної форми розрахунку обумовлено простотою заповнення банківських форм, незначним розміром комісії при невеликих угодах.

Альтернативою використання акредитивної форми розрахунків може бути інкасова форма розрахунків. Дана міра так само можливо посприє зниженню витрат, що призведе до підвищення прибутку і отже збільшить ефективність експортних угод.

4. Участь у виставках. Замінити участь у виставці неможливо нічим: тільки на такому заході ви можете безпосередньо і на нейтральній території зустрітися зі своєю цільовою аудиторією, контрагентами і конкурентами, дізнатися нові тенденції розвитку ринку і взяти безпосередню участь в його формуванні.

Сьогодні виставки набувають зовсім новий статус, обумовлений розвитком економіки, технологій і ін. Вони стають лакмусовим папірцем галузі, що дає чітке уявлення про те, хто з компаній залишився на плаву, а хто пішов з ринку; які ніші звільнилися, і як слід планувати свою тактику і стратегію в нових умовах [21].

Таким чином, ми розглянули чотири заходи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Провівши обґрунтування заходів ми переходимо до встановлення готовності взаємозв'язків між можливостями та загрозами зовнішнього

середовища, а також сильними та слабкими сторонами внутрішнього середовища шляхом складання матриці СВОТ-аналізу (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

### Матриця СВОТ-аналізу ТОВ «ВІАКОМ»

Сильні сторони	Можливості	Загрози
Відомий лідер ринку	Вихід на нові ринки або сегменти ринку	Можливість появи нових та зростаючий конкурентний тиск з боку наявних конкурентів
Позитивна репутація в споживачів	Додаткова реклама за рахунок позитивних відгуків існуючих клієнтів, що викличе зацікавлення в потенційних покупців	Невдало обрана концепція рекламної кампанії, що може викликати неадекватну реакцію з боку споживачів
Адекватні фінансові ресурси	1)Розширення мережі; 2)Можливість диверсифікації діяльності або вкладання коштів в альтернативні проекти	1)Уповільнення ділового циклу; 2)Великий період окупності комерційних проектів; 3)Зростаюча інфляція; 4)Значний податковий тиск
Високий рівень кваліфікації та компетентності управлінського персоналу	Використання провідних сучасних методів та технологій управління для підвищення рівня ефективності функціонування підприємства	1)Плинність кадрів; 2)Переманювання провідних фахівців з боку конкурентів
Ширина і глибина асортименту	Задоволення потреб широкого кола споживачів	1)Зростання продажу товарів замінників 2)Зміна потреб і смаків покупців
Ліберальна цінова політика	Залучення більшої кількості покупців за рахунок нижчих ніж у конкурентів цін	Зміна власної цінової політики конкурентами
Уразливість стосовно конкурентного тиску	Постійне відстеження ринкової ситуації та поведінки конкурентів з метою усунення конкурентних недоліків	Послаблення або втрата лідируючих позицій на ринку
Залежність від політики уряду	1)Зменшення ставок ввізного мита 2)Зменшення податкового тягара	1)Негативний вплив певних змін в сфері тарифного і нетарифного регулювання імпорту з боку держави 2)Посилення податкового тиску

*Джерело: складено автором.*

Отже, як ми бачимо, підприємство готове до вищезапропонованих заходів.

### 3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ «ВІАКОМ»

Ефективність наших заходів – це головний показник їх дієвості. Зовнішньоекономічна діяльність реалізується підприємством у формі експорту продукції, що виробляється, імпорту матеріалів і обладнання, а також у формі надання підприємству маркетингових послуг і послуг виробничого характеру. Зовнішня торгівля ТОВ «ВІАКОМ» здійснюється на даний час за допомогою прямого і непрямого експорту. З цією метою збільшення ефективності діяльності ТОВ «ВІАКОМ» ми запропонували заходи у пункті 3.1. У цьому пункті нам потрібно прорахувати їх економічну ефективність. Отож, почнемо наш аналіз з прорахунку вартості цих заходів.

Таблиця 3.3

#### Вартість запропонованих заходів для ТОВ «ВІАКОМ», грн

Заходи	Календарний план заходів		
	2020 (попередні дані)	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)
1. Пошук та заключення договору з постійним постачальником мінімум на 1 рік	50 000	-	-
2. Збільшення номенклатури товарів	20 000	1 000 000	-
3. Зміна форми оплати за продукцію	-	-	-
4. Відвідування виставок та ярмарок	30 000	200 000	250 000
<b>Всього</b>	<b>100 000</b>	<b>1 200 000</b>	<b>250 000</b>

Джерело: створено автором.

Як ми бачимо, вартість заходів для ТОВ «ВІАКОМ» не є дуже великою для торгового підприємства. Тому залучення коштів можливе як за рахунок самофінансування та залучення кредитних коштів.

Також, потрібно пам'ятати про те, що посередник бере собі відсоток за реалізацію продукції, а саме 20% від ціни товару.



Вибір вказаних напрямків розвитку раніше всього, що вони пов'язані з головною діяльністю компаній - реалізацією техніки та послуг від провідних світових виробників. Фактично мова йде щодо розвитку систем напрямків діяльності, - ремонт та діагностика техніки, реалізація запчастин, та інших. Таким чином, вказані обставини створюють інтерес для іноземних партнерів ТОВ «ВІАКОМ».

Очікуваний рівень збільшення продажів - +30%, також середньорічне збільшення доходу від експорту (за даними 2015-2019 року - +38,4%) це пояснюється збільшенням реклами, кількості клієнтів у зв'язку з зміною функціонування збуту компанії. Витрати на реалізацію очікується падіння на 25% за рахунок спрощення системи доставки товарів. Також, ми враховуємо витрати з таблиці 3.2.1. Щодо умов, що пропонує дистриб'ютор – вони наступні:

- умови поставки для імпортера - DDP,
- форма розрахунку – інкасо.

Таблиця 3.4

**Вихідні дані для розрахунку ефективності експорту, тис. грн.**

Роки	Витрати на експорт	Дохід від експорту	Виробнича собівартість на експорт	Прибуток від експорту	Витрати на реалізацію
2015	17 735	23 124	12 203	5 389	6 523
2016	51 465	72 145	34 569	20 680	22 248
2017	68 520	89 250	41 230	20 730	24 560
2018	97 203	124 465	60 862	27 262	30 150
2019	126 692	189 230	85 203	62 538	68 963
<b>2021*</b>	<b>171173,56</b>	<b>340462,62</b>	<b>115117,77</b>	<b>169289,05</b>	<b>100 320</b>
<b>2022*</b>	<b>231272,60</b>	<b>612560,34</b>	<b>155535,62</b>	<b>381287,74</b>	<b>120 823</b>

\* прогнозне значення

Джерело: складено автором на основі Додатків А,Б,В.

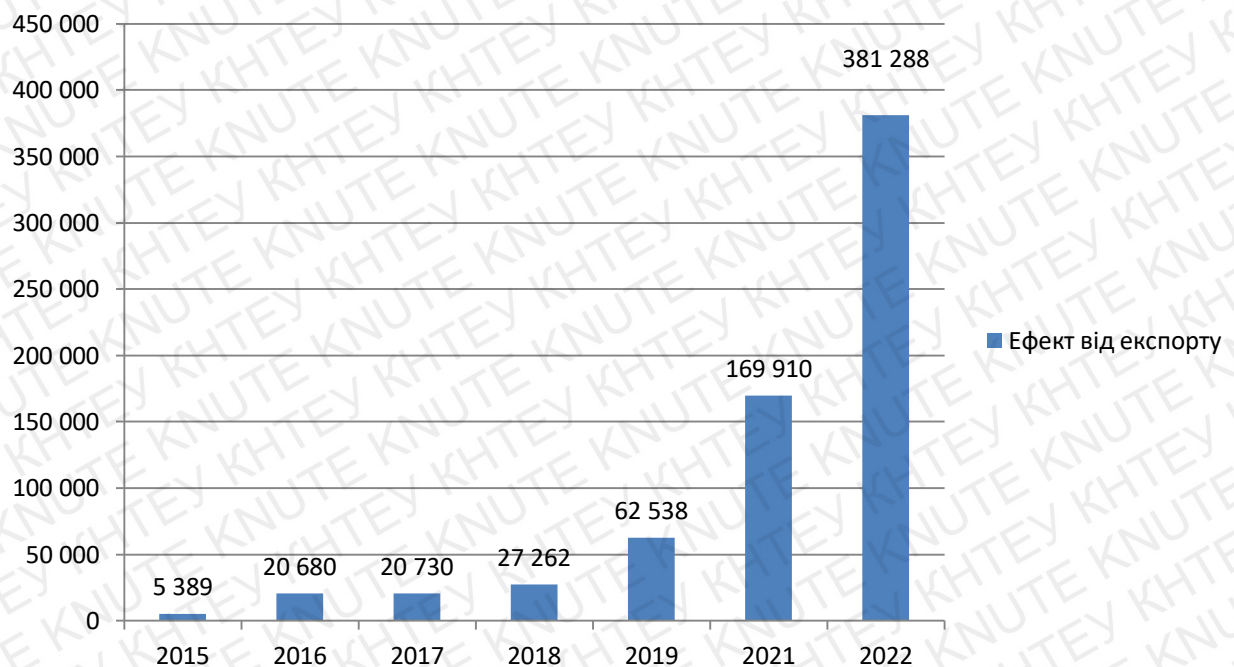
Прогнозні показники діяльності ТОВ «ВІАКОМ» представлені в таблиці 3.4. Тепер необхідно визначити ефективність запропонованих заходів. Ми будемо їх аналізувати за допомогою методики у пункті 2.2., яка ґрунтується на фінансово-господарській діяльності та фінансових показниках.

#### 1. Ефект від експорту.

Розрахунок будемо проводити за формулою (1)

$$E_e(2021) = 340\,462,62 - 171\,173,5 = 169\,289,1$$

$$E_e(2022) = 438\,578,7 - 231\,272,6 = 381\,287,7$$



**Рисунок 3.1 – Прогнозна динаміка показника ефекту від експорту ТОВ «ВІАКОМ» на 2021-2022**

*Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».*

Отже, як ми бачимо кінцевий результат ефективності зростає на 144 768 тис. грн, або на 331,48%, що є, безперечно, гарним показником.

#### 2. Економічна ефективність експорту.

Розрахунок даного показника зробимо за формулою (2).

$$E_{ef. \text{ екс}}(2021) = 1,69$$

$$E_{ef. \text{ екс}}(2022) = 1,01$$

Протягом аналізованого періоду, показник економічної ефективності більше одиниці. Отже, підприємство функціонує стабільно і працює без збитку.

3. Ефективність виробництва і реалізації продукту на внутрішньому ринку. Розрахуємо показник за формулою (3).

$$\text{Евир.}(2021) = 1,34$$

$$\text{Евир.}(2022) = 1,58$$

В даному випадку виконується головна умова, при якому  $E_e > E_{\text{еф.екс}}$

1. Отже, експорт можна вважати ефективним.

Зведемо дані про трьох показниках в таблицю 3.5

Таблиця 3.5

**Прогноз показників ефективності та ефекту експорту на 2021-2022 рр.**

Показники	2015	2016	2017	2018	2019	2021*	2022*
Ефект від експорту	5 389	20 680	20 730	27 262	62 538	169 910	381 288
Економічна ефективність експорту	1,3	1,4	1,3	1,28	1,49	1,69	1,01
Ефективність виробництва і реалізації продукту на внутрішньому ринку	1,25	1,27	1,36	1,37	1,29	9,617	6,163

\* прогнозне значення

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».

4. Рентабельність витрат та продажів. В даному випадку рентабельність витрат характеризує рівень прибутку з гривні витрат на виробництво експортної продукції, а рентабельність продажів - рівень прибутку, одержуваної з гривні експортних продажів.

Розрахуємо рентабельність витрат за формулою (6).

$$R_v(2021) = 43,8$$

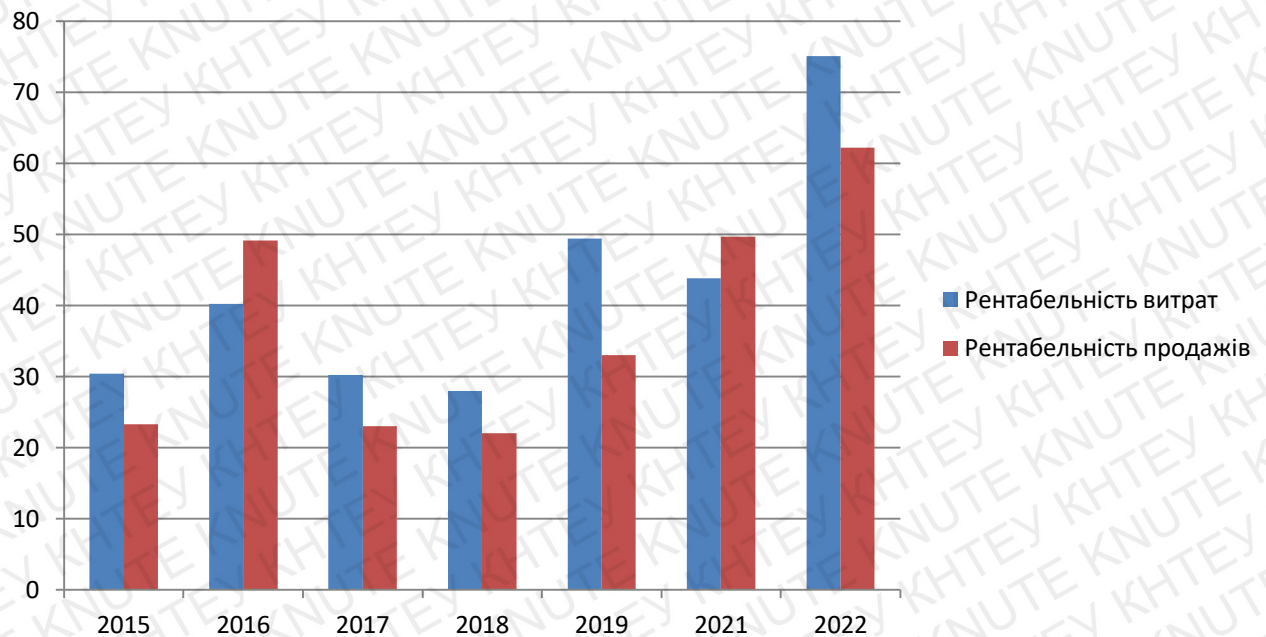
$$R_v(2022) = 75,1$$

Рентабельність продажів розрахуємо за формулою (7).

$R_{\Pi} (2021) = 49,7$

$R_{\Pi} (2022) = 62,2$

Далі ми продемонструємо динаміку показників рентабельності на рис. 3.2.



**Рис. 3.2 - Прогноз показників рентабельності витрат і продажу на 2021-2022 рр.**

*Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «ВІАКОМ».*

За вище виконаним аналізом ефективності діяльності ТОВ «ВІАКОМ» ми можемо зробити наступні висновки:

1. Запропоновані заходи вплинули на ефективність, вона зростає до 381288 тис. грн, або на 331,48%
2. Економічна ефективність експорту також підвищиться та нормалізується значення пікових значень, тобто немає різких перепадів.
3. Ефективність виробництва і реалізації продукту на внутрішньому ринку підняла значення до 1,34 та 1,58 у 2021 та 2022 році відповідно.
4. Рентабельність витрат віднялася до 43,8% та 75,1% у 2021 та 2022 році відповідно та рентабельність продажів збільшилася до 49,7% та 62,2% та також відбулася нормалізація пікових значень.

### Висновки до розділу 3

Підводячи підсумок, у третьому розділі ми визначили стратегію, календарний план для розвитку компанії на зовнішніх ринках. Також ми підтвердили цю стратегію за допомогою SWOT-аналізу та визначили конкретні заходи для розвитку компанії на даному ринку, який включав в себе аналіз сильних сторін за можливостей, слабких сторін за можливостей, сильних сторін та загроз та слабких сторін за загроз.

Також ми запропонували заходи для розвитку та їх календарний план проведення:

1. Пошук та заключення договору з постійним постачальником мінімум на 1 рік.
2. Збільшення номенклатури товарів.
3. Зміна форми оплати за продукцію.
4. Відвідування виставок та ярмарок- проведення аналізу ефективності.
5. Проведення аналізу ефективності заходів.

У ході проведення аналізу було визначено, що резервом підвищення ефективності експортної стратегії є співпраця з вже існуючим дистриб'ютором, це зекономить нам кошти на доставці товару, так як дистриб'юторська фірма бере відповідальність за цей процес. ТОВ «ВІАКОМ» бере участь у доставці до складу дистриб'юторської фірми на умовах DDP. Також було обґрунтовано поява на міжнародних ярмарках та виставках.

Також, було враховано прораховано ефективність експорту після проведення вищезазначених заходів та було виявлено, що ці заходи ефективні та працюють як резерв підвищення ефективності діяльності ТОВ «ВІАКОМ».

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Метою даного дослідження, зазначеної роботи полягає в теоретично-методологічному аналізі особливостей діяльності транснаціональної корпорацій як домінантної форми суб'єкта світового господарства і в розробці пропозицій щодо вдосконалення методики оцінки ефективності прийнятих ними інвестиційних рішень.

В результаті проведеного дослідження вирішено важливе науково-практичне завдання щодо розвитку теоретико-методичних основ використання експортної стратегії компаній. Основні результати такі:

1) Було визначено теоретичні підходи до проблеми управління експортною діяльністю на підприємстві. Під час аналізу стратегій експорту нами було визначено, що існує чотири основні стратегії виходу на зовнішні ринки, а саме: стратегія прямого та непрямого експорту; - стратегія непрямого експорту; - стратегія кооперації; - стратегія інтеграції.

Кожна з вищеперерахованих стратегій потребує залучення ресурсів та контролю, але у різній мірі, що впливає на кінцевий результат – задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.

Прямий експорт – це найпростіша форма здійснення виходу на зовнішні ринки, яка не потребує значних переговорів, капіталовкладень. Стратегія непрямого експорту здійснюється через різного роду міжнародних посередників: національний посередник-експортер, національний агент з експорту, кооперативна організація, що управляє експортом фірма. Фірми, які тільки починають свою експортну діяльність, частіше використовують непрямий експорт. Стратегія кооперації полягає в меншому контролі фірми за процесом виробництва і у втраті пов'язаних з виробництвом потенційних прибутків. У той же час вони фірмі можливість розгорнути діяльність швидше, з меншим ризиком. У той час як стратегія спільного виробництва з гравцями цільового зовнішнього ринку з метою отримання доступу до ресурсів, знань, контактів або технологіями. У такому випадку компанія

розділяє ризики зі своїм партнером, але також розділяє і майбутній дохід від діяльності в галузі.

2) Здійснено аналіз фінансової та експортної діяльності підприємства ТОВ «ВІАКОМ». Ми дійшли висновків, що в ТОВ «ВІАКОМ» є проблеми, зокрема в чистий оборотному капіталі, це говорить про недостачу коштів для забезпечення безперебійної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів; коефіцієнт платоспроможності, який показує негативну динаміку; коефіцієнт кредиторської заборгованості говорить про збільшення значення коефіцієнта більше ніж вдвічі – з 4,37 в 2015 р. до 9,74 у 2019 р. – свідчить про зменшення швидкості погашення заборгованості підприємством.

Для аналізу ефективності експортних операцій ТОВ «ВІАКОМ» був проведений детальний, були розглянуті основні конкуренти компанії і місця їх розташування. Так само було проведено детальний аналіз експортних операцій, структури експорту та його динаміки, аналіз основних економічних показників. Виходячи з отриманих даних, нами було проведено розрахунок ефективності експортних операцій на підставі методики визначення ефективності експортної діяльності та її показники: ефективність, економічна ефективність, рентабельність та також ми дійшли висновків, що експортна діяльність ТОВ «ВІАКОМ» здійснюється досить ефективно, але не має стабільних результатів, зокрема за досліджені п'ять років динаміка була досить нестабільною. Таким чином, ми дійшли висновків, що ТОВ «ВІАКОМ» потрібно для утримання підприємством стабільних позицій і збільшення прибутку, потрібно вживати заходів щодо вдосконалення експортних операцій.

3) Розроблено рекомендації щодо розширення експортних можливостей ТОВ «ВІАКОМ». А саме: - зміна стратегії компанії на непрямий експорт; - пошук та заключення договору з постійним постачальником мінімум на 1 рік; - збільшення номенклатури товарів; - зміна форми оплати за продукцію; - відвідування виставок та ярмарок; -

проведення аналізу ефективності. Всі ці заходи були також обґрунтовані за допомогою СВOT-аналізу.

4) Обґрунтовано технологію реалізації пропонованих рекомендацій в діяльність підприємства ТОВ «ВІАКОМ». У ході проведення аналізу було визначено, що резервом підвищення ефективності експортної стратегії є співпраця з вже існуючим дистриб'ютором, це зекономить нам кошти на доставці товару, так як дистриб'юторська фірма бере відповідальність за цей процес. ТОВ «ВІАКОМ» бере участь у доставці до складу дистриб'юторської фірми на умовах DDP. Також було обґрунтовано поява на міжнародних ярмарках та виставках. Також, шляхом прорахунків очікуваних даних ми прорахували прогнозну ефективність запропонованих заходів і дійшли висновку, що дану стратегію ми можемо використовувати як резерв підвищення ефективності експортної стратегії.

Таким чином, ми досягли мети даної роботи – розробка стратегії виходу на зовнішній ринок, як основи ефективного розвитку ТОВ «ВІАКОМ».



**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Колонтаєвський О.П. Удосконалення системи управління стратегічним маркетингом на підприємстві / Колонтаєвський О.П.. – 2016. – С. 146–151.
2. Бондар М. І. Звітність підприємства: навч. Посіб. / М. І. Бондар. – К.: ЦУЛ, 2015. – 570 с.
3. Куцик П. О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку / Куцик П. О., Ковтун О. І.. – Львів: Львівська комерційна акад, 2015. – 594 с.
4. Кобилецький В. Р., Власні оборотні кошти / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/344-vlasni-oborotni-koshti> (дата перегляду: 24.10.2020)
5. Чан, Ван Лін. Стратегії виходу компаній на нові зовнішні ринки / Ван Лін Чан. - Текст: безпосередній // Молодий вчений. - 2011. - № 7 (30). - Т. 1. - С. 121-124. - URL: <https://moluch.ru/archive/30/3419/> (дата звернення: 26.10.2020).
6. Краснокутська Н. С. Стратегічне управління / Н.С. Краснокутська, І.А. Кабанець. – 2017. – 356 с.
7. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2020) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2020/kv10\\_i.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2020/kv10_i.html).
8. Фінансовий аналіз та висновки// Finalon financial analysis. URL:<https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/338-pokaznik-rentabelnosti-vlasnogo-kapitalu>
9. Тарасенко І. О. Фінанси підприємств: підручник / І. О. Тарасенко, Н. М.Любенко. – К.: КНУТД, 2015. – 360 с.

10. Фінансовий аналіз та висновки// Finalon financial analysis.  
URL:<https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/338-pokaznik-rentabelnosti-vlasnogo-kapitalu>
11. Отенко І. П. Фінансовий аналіз / Отенко І. П., Азаренков Г. Ф., Іващенко Г. А.. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – (Навчальний посібник).
12. Дідківський М. У. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Нав. посібник. – К.: Знання, 2016. – 463 с
13. Офіційний сайт ЮНКТАД [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://unctad.org/>.
14. Офіційний сайт ТОВ "ВІАКОМ" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://biakom.com/>.
15. Офіційний сайт Світового Банку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>.
16. Статистичний огляд світової торгівлі 2019 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2019\\_e/wts2019\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts2019_e.pdf).
17. Державна служба статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
18. Організація економічного співробітництва і розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.oecd.org/>.
19. Хоменко Т.Ю. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю / Хоменко Т.Ю., Круш П.В.. // Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». – 2017.
20. Макаренко С.М. Бізнес-планування: навчально-методичний посібник / Макаренко С.М., Олійник Н.М. – Херсон, 2017. – 224 с.
21. Адаменко В. В. Управління ризиками в ЗЕД / В. В. Адаменко. – 2015. – С. 76.

22. Макаренко С.М. Бізнес-планування: навчально-методичний посібник / Макаренко С.М., Олійник Н.М. – Херсон, 2017. – 224 с.

23. Суліма О. А. Теоретико-методичні засади конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / О. А. Суліма // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/%D0%90%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/efek\\_2014\\_1\\_22.pdf](file:///C:/Users/%D0%90%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/efek_2014_1_22.pdf)

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Динаміка активів ТОВ «ВІАКОМ» 2015-2019 р.

Актив	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
<b>I. Необоротні активи</b>						
Нематеріальні активи:	1000	3	4	68	1263	2062
первісна вартість	1001	9	14	91	1474	2505
накопичена амортизація	1002	6	10	23	211	443
Незавершені капітальні інвестиції	1005	17	798	1384	18	963
Основні засоби:	1010	2671	3041	2926	3916	8512
первісна вартість	1011	4119	5311	6235	8922	15612
знос	1012	1448	2270	3309	5006	7100
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0	0	0
знос	1017	0	0	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	0	0	0	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств						
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0	0	0
Усього за розділом I	1095	2691	3843	4378	5197	11537
<b>II. Оборотні активи</b>						
Запаси	1100	109565	153686	176828	282636	344225
Виробничі запаси	1101	7270	1223	1307	1958	2462
Незавершене виробництво	1102	0	0	0	0	0
Готова продукція	1103	679	1666	2124	2302	1410
Товари	1104	108159	150797	173397	278376	340353
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	20833	18105	29120	56412	78205
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	7876	18467	37145	69054	119603
за виданими авансами						
з бюджетом	1135	368	57	0	1	594
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	205	9153	856	1439	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2301	3713	21934	4265	12515
Готівка	1166	96	134	104	128	187
Рахунки в банках	1167	2205	2020	11255	2138	7916
Витрати майбутніх періодів	1170	55	87	0	129	240
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0	0	0
у тому числі в:	1181	0	0	0	0	0
резервах довгострокових зобов'язань						
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	3007	2544	2890	5795	7550
Усього за розділом II	1195	144228	205812	268858	419731	562932
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>						
Баланс	1300	1466919	209655	273236	424928	574469

## Динаміка пасивів ТОВ «ВІАКОМ» 2015-2019 р.

Пасив	2015	2016	2016	2017	2018	2019
<b>I. Власний капітал</b>		2016	2016	2017	2018	2019
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	4020	4020	4020	4020	4020
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокригий збиток)	1420	20982	76943	150921	234377	328727
Неоплачений капітал	1425	-4000	0	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0	0	0
Усього за розділом I	1495	21002	80963	154941	238397	332747
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	45000	45000	45000	45000	45000
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного п	1532	0	0	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0	0	0
Привовий фонд	1540	0	0	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0	0	0
Усього за розділом II	1595	45000	45000	45000	45000	45000
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>						
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	0	36	0	36450	43535
за довгостроковими зобов'язаннями						
за товари, роботи, послуги	1615	68058	46483	29566	18069	37554
за розрахунками з бюджетом	1620	552	11856	7957	5455	5347
за у тому числі з податку на прибуток	1621	552	10051	4419	3433	5330
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0	0	48
за розрахунками з оплати праці	1630	8	29	13	41	237
за одержаними авансами	1635	8687	13982	10894	34690	48332
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3612	11306	24865	46826	61669
Усього за розділом III	1695	80917	83692	73295	141531	196722
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримувані</b>	1700	0	0	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	1466919	209655	273236	424928	574469

## Фінансові результати ТОВ «ВІАКОМ» 2015-2019 р.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	602 919	854 433	1 287 378	1 839 964	2 613 205
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	- 550 223	- 725 312	- 1 103 029	- 1 625 061	- 2 354 132
Валовий:					
прибуток	52 696	129 121	184 349	214 903	259 073
збиток		-	-	-	-
Інші операційні доходи	-	2 676	139 080	2 332	1 699
Адміністративні витрати	7 004	9 414	465 753	26 282	32 546
Витрати на збут	25 468	30 452	1 580 552	67 425	89 790
Інші операційні витрати	2 987	8 964	62 042	5 811	5 155
Фінансовий результат від операційної діяльності:					
прибуток	17 273	82 967	55 562	117 717	133 281
збиток		-	-	-	-
Дохід від участі в капіталі					
Інші фінансові доходи	1	-	7 993		-
Інші доходи	-	1 902	0	-	130
Фінансові витрати	4 929	9 440	22 245	15 876	18 367
Втрати від участі в капіталі		-	-	-	-
Інші витрати		1 901	-	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:					
прибуток	12 345	73 528	41 310	101 841	115 044
збиток		-	-	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	- 3 547	- 13 728	- 10 649	18 385	20 694
Чистий фінансовий результат:					
прибуток	8 798	59 800	30 661	83 456	94 350
збиток				( )	( )