

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Міжнародна економічна діяльність підприємств малого бізнесу України»
(на матеріалах ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», м. Київ)

Студента 2 курсу, 1м групи,
спеціальності 051

«Економіка», спеціалізації
«Міжнародна економіка»

підпис

Швеця Максима
Андрійовича

Науковий керівник
доктор економічних наук,
доцент

підпис

Бохан Аліна Василівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
професор

підпис

Кудирко Людмила
Петрівна

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ.....	5
1.1. Особливості міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу.....	5
1.2. Аналіз міжнародного та національного ринку поліграфічних послуг.....	13
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» ЯК СУБ'ЄКТА МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	21
2.1. Оцінка екзогенних та ендогенних факторів впливу на розвиток ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».....	21
2.2. Аніліз конкурентоспроможності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на внутрішньому та зовнішньому ринках.....	26
Висновки до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» У СФЕРІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ....	38
3.1. Обґрунтування заходів диверсифікації діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ".....	38
3.2. Прогноз ефективності запропонованих заходів для ТОВ «ОЛ- ПРИНТ».....	46
Висновки до розділу 3.....	53
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність. Сьогодні малий бізнес в Україні є важливим елементом національної економіки. Функціонування малих підприємств в сучасних економічних умовах потребує від них гнучкості, мобілізації фінансових та виробничих ресурсів, використання здобутків науково-технічного прогресу. Тому одним з головних векторів реформування економіки в Україні повинна стати багатостороння підтримка розвитку малого бізнесу. Розвиток малого бізнесу є важливим фактором побудови соціально орієнтованої економіки, підвищення рівня життя населення, сприяє процесу інтеграції вітчизняної економіки у світове господарство. Малі підприємства в усьому світі відіграють важливу роль. Ефективне функціонування малого бізнесу виступає як запорука соціальної стабільності, економічної конкуренції і розвитку політичної демократії. Розвинутим ринковим відносинам притаманні переважаючий вплив попиту зі швидкою реакцією на нього, пріоритет приватної власності, розвинута ринкова інфраструктура, дієвість та усталеність законодавства, фінансова стабільність, доступність засобів виробництва, традиції використання договірних відносин, інформаційна відкритість, відсутність корумпованості. Розвиток малого має створювати сприятливі умови для оздоровлення економіки держави: бути одним із провідних секторів економіки; розвивати конкурентне середовище та сприяти послабленню монополізму; створювати додаткові робочі місця; активніше здійснювати структурну перебудову економіки; розширювати споживчий сектор; формувати новий соціальний прошарок підприємців-власників.

Теоретичні засади та практичні аспекти розвитку малого бізнесу досліджували у своїх наукових працях такі вчені як: . В. Абрамова, В. О. Дмитрук, Б. І. Косович, О. В. Мелень, Т. І. Яворська, Н. М. Яковенко та інші.

Водночас подальшого дослідження потребують визначення сучасних напрямів розвитку міжнародної економічної діяльності в контексті формування національного потенціалу.

Мета дослідження: розробка напрямів підвищення ефективності розвитку підприємства малого бізнесу України у сфері міжнародної економічної діяльності.

Для досягнення даної мети у роботі було виконано наступні завдання:

- визначити особливості міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу;
- проаналізувати міжнародний та національний ринок поліграфічних послуг;
- надати комплексну оцінку екзогенних та ендогенних факторів впливу на розвиток ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»;
- проаналізувати конкурентоспроможність ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- обґрунтувати заходи диверсифікації діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»;
- надати прогноз ефективності запропонованих заходів для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

Об'єкт дослідження: процес розвитку та функціонування малого бізнесу в умовах соціально-економічних змін і глобальних трансформацій.

Предмет дослідження: теоретичні засади та практичні аспекти розвитку малого бізнесу в контексті виявлення потенціалу його розвитку.

Методи дослідження: у ході написання даної роботи було використано такі загальнонаукові методи, зокрема: аналіз, синтез, логічний та історичний методи, спостереження; економіко-статистичні методи та метод узагальнення.

Інформація про апробацію результатів дослідження представлено у науковій статті: Швець М. Малий бізнес України в умовах економічної глобалізації Молодий вчений. 2020. № 87(11) С. 97.

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи: складається зі вступу, трьох розділів, висновків загальним обсягом 10 сторінок, списку використаних джерел з 36 найменувань. У роботі міститься 14 таблиць, 4 рисунків, 2 додатків.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

1.1. Особливості міжнародної економічної діяльності підприємств малого бізнесу

Економічна діяльність малого бізнесу – це об'єктивне явище розвитку світової економіки, що зумовлене суспільним поділом праці, розвитком якісних та кількісних параметрів суспільного виробництва та обміну, альтернативними варіантами ефективного вкладу капіталу, що вимагає використання факторів виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції, позбавлення від неефективного використання трудових, матеріальних, фінансових ресурсів та значною мірою залежить від створення інноваційного середовища.

Малий бізнес характеризується інноваційною активністю, ініціативністю, більшою свободою маневру, меншою бюрократизацією або повною її відсутністю, швидким упровадженням у виробництво нових розробок, гнучкістю реакції на зміну кон'юнктури ринку. Очевидні переваги у тих галузях, попит на продукт яких досить обмежений, постійний та одноманітний. Збагачуючи високу економічну ефективність виробництва, мале підприємство сприяє заповненню ринку споживчими товарами й послугами. Значною мірою саме малий бізнес сприяє формуванню ринкового середовища та духу підприємництва. Також до переваг малого бізнесу можна віднести його низьку капіталомісткість, що полегшує доступність для різних груп населення, значну кількість малих підприємств, що дає можливість налагодити виробництво різних товарів і послуг в короткий строк, мобільність на ринку та у сфері технологій, відсутність бюрократизму в управлінні, можливість швидко наймати додаткову робочу силу, мінімальний негативний вплив на довкілля.

Для України становлення та розвиток малого бізнесу має набагато більше значення, ніж для інших країн, зважаючи на його особливу роль в розв'язанні проблем надання реформаційним процесам соціальної спрямованості. Це має підвищити рівень зайнятості населення та сприяти зростанню його добробуту та

якості життя. Водночас слід зазначити, що малий бізнес – справа набагато більш ризикована в порівнянні з великим. У малого бізнесу обмежені можливості в отриманні необхідної інформації, воно більшою мірою залежить від постійного підживлення інвестиціями ззовні. Наприклад, у США 65% фірм з кількістю зайнятих до 20 осіб зникають у перші чотири роки свого існування (за цей же час банкрутують лише 37% компаній з числом зайнятих понад 500 осіб); майже кожне четверте мале підприємство зазнає краху на першому році діяльності. Малі підприємства створюють багато нових робочих місць, але рівень соціальної захищеності їхніх працівників нижчий у порівнянні із зайнятими у великих компаніях [19, с. 108].

Розглянемо динаміку кількості підприємств в Україні за розмірами протягом 2015-2019 рр. (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка кількості суб'єктів малого, середнього і великого бізнесу

Види підприємств	Роки					Зміни 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Великі	423	383	399	446	518	95(18%)
Середні	15510	15113	15254	16476	17751	2241(14%)
Малі	327814	291154	322920	339374	362328	34514(10%)

Джерело: розроблено автором за даними [25]

В Україні станом на 2019 рік діяло 362328 малих підприємств (без врахування фізичних осіб-підприємців), що становить 65% від загального обсягу підприємств, в той час, як частка великих підприємств лише 0,1% (518), а середніх – 4,7% (17751). Суб'єкти малого бізнесу займають домінуючу позицію в економіці країни – їх кількість досягає 99% (з врахуванням ФОП) від загальної кількості суб'єктів підприємництва [19, с. 108].

Проаналізуємо основні показники малого бізнесу в Україні (табл. 1.2). Найбільший обсяг виробленої продукції підприємствами малого бізнесу припадає на оптову та роздрібну торгівлю (60,2%), переробну промисловість (11,8%), інформацію та телекомунікації (9,9%), транспорт, складське господарство,

поштова та кур'єрська діяльність (7,5%). Малий бізнес, як правило, охоплює підприємства усіх галузей національної економіки від виробництва до послуг.

Внесок малого бізнесу в сукупну продуктивність факторів виробництва національної економіки, створення додаткових робочих місць і поширення соціальної рівності відбувається через вибір його технологій. Технології малого бізнесу, займають проміжні позиції між трудомісткими технологіями мікропідприємств, які в результаті приводять до низької середньої продуктивності праці, і дуже капіталомісткими технологіями великих підприємств, які призводять до високої продуктивності праці. Враховуючи це співвідношення між розміром підприємства та капіталомісткістю його технологій, можна дійти висновку, що національна економіка, яка базується на застосуванні великої кількості капіталу до невеликої кількості робітників, повинна, як наслідок, обов'язково мати зворотну сторону медалі у вигляді великого неформального сектору або сектору мікропідприємств, які використовують незначну кількість капіталу до великої кількості робітників, які не зайняті на великих підприємствах.

Підприємства малих форм ведення бізнесу відіграють важливу роль у збереженні соціальної спрямованості економічної політики всіх країн світу. Так, метою підтримки підприємств малого бізнесу в будь-якій країні є, по-перше, скорочення прихованого безробіття та зменшення зайнятості у тіньовому секторі економіки, а по-друге, – формування системи мотивації та особистої відповідальності за кінцевий результат господарської діяльності суб'єкта господарювання.

Малий бізнес як форма взаємодії у суспільстві сприяє не лише підвищенню суспільного добробуту, а й духовного потенціалу населення. Підприємства малого бізнесу є рушієм економік країн світу, а також одним з головних чинників досягнення стійкого економічного зростання. Частка малого бізнесу у національних економіках країн світу займає вагоме місце. Так, наприклад, у Німеччині частка малого бізнесу у ВВП країни становить понад 55%, а у Кореї – понад 72% [13. с. 61]. Порівняно з великими і могутніми країнами показники України значно менші.

Таблиця 1.2

Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва за видами економічної діяльності за 2015-2019 рр.

тис. грн

Галузь економіки	Роки					Зміни
	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2015
Усього	745058778,6	1014203794,5	1319332391,1	1605385409,8	2008769002	1263710223
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	-	171573992,4	208471972,9	240049373,2	26273509,5	26273509,5
Переробна промисловість	107469079,7	148748268,5	191409108,6	234803865,6	236708502,5	129239422,8
Постачання електроенергії, газу, пари та повітря	4092340,4	8355994,2	11690755,9	15809692,6	26189146,8	22096806,4
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	4374586,6	-	7101213,3	-	9202594,8	4828008,2
Будівництво	64766439,9	91433990,2	-	127169297,3	-	62402857,4
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів	177385154,6	207813699,7	275632102,7	341607332,3	1209972145,0	1032586990
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	56212107,7	75074246,5	98240664,7	130158403,8	150856251,3	94644143,6
Тимчасове розміщення й організація харчування	9923701,1	15176356,0	21704078,9	30478228,5	49171763,2	39248062,1
Інформація та телекомунікації	53698703,8	85117243,1	117616038,8	-	198112375,6	144413671,8
Фінансова та страхова діяльність	9442813,9	14655547,8	19150926,0	20944769,1	24572953,9	15130140
Операції з нерухомим майном	36984978,8	-	-	88672539,6	-	51687560,8
Професійна, наукова та технічна діяльність	43698769,0	65172812,1	85715725,8	-	-	42016956,8
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	20852901,1	30073565,3	39409505,3	49919215,2	67012670,6	46159769,5
Освіта	2026220,1	2926387,7	-	-	8005866,6	5979646,5
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4813045,9	6700379,8	9333778,0	-	2691222,2	2121823,7
Надання інших видів послуг	-	9903445,1	-	18420234,2	-	8516789,1

Джерело: розроблено автором за даними [25]

Лише 10% ВВП становить частка малого бізнесу України (представлені цифри не враховують тіньовий сектор економіки, який за різними оцінками в Україні є значним) [13. с. 61] . Глобальне дослідження Doing Business, що публікується Світовим банком кожної весни, висвітлює рейтинг 190 країн і умови ведення бізнесу в них. Звіт Doing Business складається за підсумками комплексного дослідження стану реформ в кожній країні по 10 ключових індикаторах, які використовуються для аналізу економічних результатів, виявлення успішних реформ і оцінки їх ефективності. Так, за рівнем конкурентоспроможності у рейтингу Doing Business-2020 Україна піднялася на сім позицій в рейтингу і тепер займає 64ту позицію із 190 країн [4]. За даними звіту Всесвітнього банку у цьому році Україна значно покращила свої показники по 6 із 10 індикаторів, що враховуються спеціалістами Всесвітнього банку під час складання цього звіту. Згідно із дослідженнями негативними факторами для ведення бізнесу у нашій країні визначено: політичну нестабільність, корупцію, неефективну державну політику, часту зміну урядів, , високі податкові ставки, складність податкового законодавства, зарегульованість валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, недостатню здатність до інновацій, [4].

На діяльність малого підприємництва в Україні впливають ще такі ризики, як недотримання принципу "верховенства права", політична нестабільність, часті зміни в податковому законодавстві, нестабільність національної валюти, збільшення відсоткових ставок за кредитами, невиконання договірних угод з боку партнерів, перебої в електропостачанні, стихійні лиха. Також розвитку малого підприємництва в Україні перешкоджає низький рівень довіри, а з низьким рівнем довіри склад ніше сформувати щільні мережі співпраці.

Державні установи загалом мають низький рівень довіри суспільства (наприклад, лише 9,1% населення довіряють державним службовцям), що є наслідком слабого верховенства права [24]. Це призводить до: неможливості захистити права власності на активи, прибуток та інтелектуальну власність; низького рівня довіри до системи правосуддя та правоохоронних органів; високого ризику "захоплення" держави капіталізмом та монополіями,

що спотворюють рівні умови; високого рівня корупції. Таким чином, будь яка ініціатива уряду щодо надання фінансових засобів підтримки малого і середнього підприємництва може бути сприйнята з недовірою з боку потенційних отримувачів, оскільки вони можуть не вірити у справедливий розподіл цих коштів з огляду на вплив корупції. Це також може призвести до низького рівня попиту на державне фінансування та підтримку малого і середнього підприємництва. Політична та економічна нестабільність – ще один фактор, який стримує бізнес від довгострокового планування через високий ризик неочікуваних змін в оподаткуванні, регулюванні та зовнішньоторговельній політиці з огляду на зміни на політичній арені та лобі великого бізнесу. Доведено, що політична невизначеність впливає на технологічні інновації більше, ніж сама політика в цій сфері [9]. Таким чином, високий рівень політичного впливу на економічні рішення призводить до уповільнення технологічних інновацій.

Несприятливим фактором в економіці є неузгодженість дій державних структур, яка використовується тіньовими структурами, що одержують простір до зростання, до розкрадання державного і колективного майна, ухилення від сплати податків, шахрайства з фінансовими ресурсами і зростанням фіктивного підприємництва. За таких умов підприємство у сфері матеріального виробництва зменшується, а частка підприємств, які займаються гуртовою та роздрібною торгівлею, посередництвом зростає.

Аналізуючи іноземний досвід, слід зазначити, що мале і середнє підприємство вважається основою німецької економіки та драйвером її успіху. В Німеччині розвиток сектору малого та середнього бізнесу сприяв появі "прихованих чемпіонів", які вже є частиною бренду країни. Як і майже в кожній країні, у Німеччині сектор малого і середнього підприємництва є най більшим роботодавцем з часткою 60,7% усіх працівників [32].

Мале підприємство повинно йти в ногу з новими технологіями та змінюватись згідно з сучасними викликами.

Для того щоб забезпечити конкурентоспроможність українського підприємства потрібно експериментувати, вдаватись, до не стандартних рішень

та підходів, змінювати усталені форми ведення бізнесу, генерувати інновації, вкладати у розвиток освіти й науки, щоб молодь вміла виробляти свіжі бачення, інклюзивність та креативні рішення.

Сучасне підприємництво в Україні повинно спиратися на знання та компетентність кожного працівника, його освіту, базу навичок для ухвалення проривних інноваційних рішень та використання можливостей для росту. Це стосується, насамперед, розвитку інноваційного виробництва, яке потребує посилення державного стимулювання та фінансування в наукове виробництво. Мотивація до сучасних знань залежить від наявної стійкої організаційної культури на підприємстві, сприятливого морального клімату в колективі [14, с. 52].

В Україні сектору малого і середнього бізнесу не вистачає потужностей та продуктивності, які могли б забезпечити йому успіх на національному та міжнародному рівнях. Зокрема, Україна істотно відстає від європейських країн за кількістю малих підприємств, які успішно працюють на міжнародних ринках.

Важливою проблемою, яка перешкоджає ефективному функціонуванню малого бізнесу в Україні, є недостатня ресурсна база – як фінансова, так і матеріально-технічна. Сьогодні динамічний розвиток малих підприємств в Україні стримується фінансовими перешкодами. Ще на початку 2020 року основним джерелом інвестицій малих підприємств були тільки власні фінансові ресурси. Банківські позики використовуються малими підприємствами обмежено через великі процентні ставки і відсутність необхідних гарантій для банків (застави чи високоліквідні активи). Фінансова допомога малим підприємствам з боку Українського фонду підтримки підприємництва та іншими державними установами, є досить незначною [13, с. 61]. У 2020 р. стартувала програма «Доступні кредити 5-7-9%», за якою малі підприємства можуть звернутись до банку і отримати на рік компенсацію від держави по сплаті відсотків.

В умовах, неспроможності держави через програми підтримки малого бізнесу стимулювати його діяльність, розвивати необхідну інфраструктуру, яка б стимулювала функціонування і розвиток малого бізнесу, повинні б зростати обсяги міжнародної фінансової підтримки. Проте інвестиції міжнародних

організацій та фондів у розвиток малого бізнесу в Україні набагато нижчі, ніж в інших країнах ЄС, що пов'язано з поганим інвестиційним кліматом [11, с. 181].

Складні умови для стабільного розвитку малих підприємств в Україні багато в чому спричиняються податковим навантаженням. Недосконала податкова політика і відсутність чітких механізмів реформування економічної діяльності малого підприємництва перешкоджають його ефективному функціонуванню. Для малих підприємств податковий режим набуває прогресивного характеру: чим більший їх дохід – тим більше податкове навантаження, адже основний принцип існуючої системи оподаткування: «більше виробив – більше заплатив в бюджет».

Теперішня система оподаткування змушує підприємства до штучного нарощування власної витратної частини. Малі підприємства, що знаходяться на звичайній системі оподаткування, будь-яким шляхом намагаються мінімізувати власний прибуток, адже фактично з їх валового прибутку необхідно сплатити 38% податку (20% ПДВ і 18% податку на прибуток). Надмірне податкове навантаження малого бізнесу є причиною негативних наслідків: зниження їх ділової активності, «тінізація» економіки, відтоку капіталу за кордон [13, с. 62].

Отже, головними заходами з боку держави, щодо підтримки розвитку малого бізнесу насамперед повинні стати: 1) розробка програм пільгового кредитування підприємств малого бізнесу із залученням можливостей державних банків і їх державне гарантування; 2) розробка і реалізація механізму стимулювання банківських установ до пільгового кредитування малих підприємств; 3) удосконалення процесу оподаткування малого бізнесу і спрощення системи адміністрування податків; 4) створення банку, який би спеціалізувався на мікрофінансуванні малого бізнесу з частковим внеском держави і міжнародних фінансових організацій; 5) нарощення фінансової бази існуючих державних фондів підтримки малого бізнесу; 6) зменшення вартості проходження адміністративних процедур та отримання адміністративних послуг; 7) створення спеціалізованих державних інституцій страхування експортно-імпортних операцій.

1.2. Аналіз міжнародного та національного ринку поліграфічних послуг

Вітчизняна поліграфія останніми роками переживає складний період динамічність, складність і непередбачуваність зовнішніх факторів призводить до зростання ризику господарської діяльності поліграфічних підприємств, що в свою чергу призводить до уповільнення темпів вдосконалення внутрішніх процесів та механізмів. Підприємства поліграфічної галузі, що обслуговують сферу книговидавництва, реклами та ЗМІ, мають справу з новими конкурентами, що спричинене активним і швидким розвитком комп'ютерних технологій.

Зростаюча кількість електронних книг, онлайн ресурсів замінили такі традиційні джерела інформації як газети, журнали, книги. цифрові технології управління та друку революційно змінюють основу друку, виводячи поліграфічну промисловість на новий етап. Розвиток вітчизняної поліграфії безпосередньо залежить від швидкості впровадження інновацій власниками підприємств, враховуючи тренди та напрямки зміни пріоритетів у цьому бізнесі. для того, щоб правильно визначити руху поліграфічних підприємств, потрібно виконати дослідження сучасного стану поліграфічної галузі в Україні та світі.

Обсяг друкованої продукції в світі оцінюється в 477 млрд євро. за прогнозами аналітиків, в найближчі роки темпи його зростання складуть 2,2% в рік і до 2022 року він досягне 553 млрд євро [2]. На розвинені країни припадає близько 88% друкованої продукції в світі. частка країн, що розвиваються, становить 11%, а тих, що відстають – близько 1% (рис. 1.1) [2].

У структурі поліграфічних робіт швидкий розвиток отримують цифрові невеликі друкарні, що спеціалізуються на випуску дрібних накладів і друці змінних даних. Темп зростання обсягів друку книг та журналів в світі за період 2014 – 2019 рр. склав 0,6%, упаковок – 2,5%, комерційної друкарської продукції – 0,8% [20]. У США річний обсяг виробництва друкованої продукції становить 509 євро на душу населення, в Бразилії – 33 євро, в Китаї – 12 євро. Екстенсивне зростання друку в розвинених країнах не передбачається, а основним напрямком розвитку поліграфічного виробництва в них буде впровадження нових технологій.

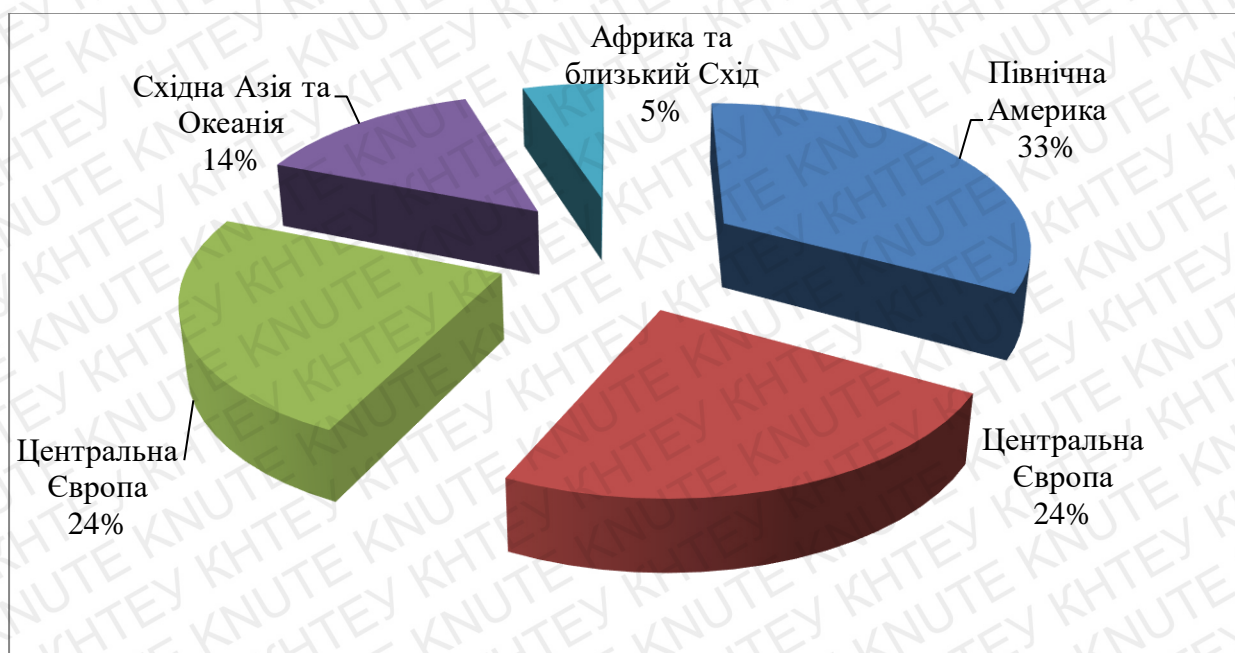


Рис. 1.1. Структура ринку друкованої продукції за континентами, %

Джерело: розроблено автором на основі [2]

Найбільшим вважається потенціал зростання на ринках східної Європи, Південно-Східної Азії і Латинської Америки. обсяг ринку східної Європи в 2018 році склав 11,5 млрд євро. Розглянемо ситуацію в поліграфії деяких країн світу. найбільш потужною є поліграфічна база США. Відповідно США на сьогоднішній день є й найбільшим в світі виробником і споживачем паперу. споживання паперу в США в шість разів більше, ніж в середньому в світі, і на чверть більше, ніж в Японії, яка є другою в світі за величиною споживання паперу [20].

Масштаби поліграфічної галузі США – 30 тис. друкарень з мільйонним числом зайнятих, загальним оборотом в сумі 166,6 млрд. дол. США рівень продуктивності праці в американських друкарнях значно випереджає цей показник в більшості розвинених країн, проте, істотно поступається поліграфії Японії. В Японії налічується близько 30 тис. поліграфічних підприємств, на яких працює 350 тис. осіб. загальний оборот всіх друкарень перевищує 80 млрд. дол. США, в тому числі 2,5 млрд. дол. США отримано за допомогою цифрової друкарської техніки. характерна риса японської поліграфії полягає в тому, що

98,6% підприємств мають чисельність менше 100 осіб, в той час як майже 45% від обсягу всієї продукції, що випускається, припадає на інші 1,4% друкарень. основна кількість цих підприємств сконцентрована в провідних компаніях країни – Dai Nippon Printing (DNP) і Toppan Printing. на відміну від більшості країн з розвинутою поліграфією, в Японії підготовку фахівців для друкарень компанії здійснюють самостійно. навчання проводять безпосередньо на робочих місцях або в спеціальних центрах, а у випадках встановлення нового обладнання – на базі його виробника. як видно з (таблиці 1.3), серед країн Європи найсильнішу поліграфічну базу має Німеччина. В Німеччині останнім часом функціонує близько 10 тис. поліграфічних підприємств з числом працюючих 158 тис. осіб, які виконують роботи на суму понад 20 млрд. євро. використання виробничих потужностей в друкарнях країни перевищує 80%. [21]

Поліграфічна галузь Німеччини за структурою складається в основному з малих, невеликих і середніх друкарень. в середньому на одному підприємстві зайнято не більше 16 осіб, в штаті 80% друкарень значиться менше 20 працівників. річний оборот галузі в перерахунку на одне поліграфічне підприємство складає 2,3 млн. євро, середня продуктивність праці в німецькій поліграфії досягає 140 тис. євро на особу. Питома вага великих операторів німецького ринку поліграфії – 650 друкарень (або 6,5% від загального числа друкарень), які забезпечують в загальному обороті галузі майже 60%. [21]

Асортиментна структура виробленої в Німеччині друкованої продукції в укрупненому вигляді представлена таким чином – книги, журнали, газети, в загальному обсязі виробництва становлять відповідно 6,6%, 11,3% і 11,4%. частка друкованої продукції, пов'язаної з рекламою, досягає в загальному вартісному обсязі виконаних в Німеччині поліграфічних робіт більше 60%. При цьому співвідношення експорту та імпорту поліграфічних робіт в зовнішньоторговельному балансі країни оцінюється як 70 : 30. за результатами 2018 р. поліграфічна промисловість Німеччині знаходиться в депресивному стані, який характеризується численними банкрутствами і продажами фірм, скороченням обсягу випуску продукції, виготовленої офсетним способом друку. одночасно

питома вага цифрового друку зростає, 10% випуску книжкової продукції зараз друкується на цифрових машинах [21].

Дані опитування, проведеного об'єднанням поліграфістів Німеччини BVDM в першому кварталі 2018 р., підтверджують погіршення становища в галузі. економічні очікування мають негативний тренд. Подальше погіршення пов'язане зі зниженням цін на поліграфічні роботи в сегментах журнального і пакувального друку. відзначається, що показник ділового клімату в німецькій поліграфії в цілому знижується, але одночасно друкарні, що спеціалізуються в області друкованої упаковки, висловлюють впевненість в стабільності свого сектора ринку, а також демонструють інвестиційну активність і необхідність в збільшенні робочих місць на своїх підприємствах [21].

На другому місці серед європейських країн за показниками, що характеризують результати роботи поліграфічної промисловості, є Польща. кількість поліграфічних підприємств в ній навіть перевищує їх кількість в Німеччині, проте за всіма іншими показниками поліграфія Польщі суттєво відстає від німецької. нажаль, результати роботи вітчизняної поліграфії є дещо гіршими (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Показники роботи поліграфічної промисловості в деяких країнах у 2018 р.

Країна	Річний оборот, млрд. євро	Кількість підприємств	Кількість працюючих, тис. осіб	Середній річний оборот одного підприємства, млн. євро	Продуктивність праці, тис євро/ особу
1. Німеччина	21	10000	158	2,1	132,9
2. Литва	0,12	380	3,8	0,3	31,6
3. Польща	2,5	10114	39,2	0,2	63,8
4. Словаччина	0,24	209	3,9	1,1	61,5
5. Словенія	0,42	1087	4,8	0,4	87,5
6. Фінляндія	1,713	1101	9,7	1,6	176,6
7. Україна	0,814	1931	24,6	0,4	33,1

Джерело: розроблено автором за даними [21]

За даними (табл. 1.3.) станом на 2018 р. за кількістю підприємств поліграфічної галузі, а також за кількістю працюючих, Україна знаходиться на третьому місці з досліджуваних країн, проте за продуктивністю праці, середнім річним оборотом в цілому і в розрахунку на одне підприємство поступається іншим країнам, займаючи останні місця. Український поліграфічний ринок представлений державними і приватними газетами, журналами і книжковими видавництвами, спеціалізованими торговельними компаніями [1, 28].

Кількість підприємств у поліграфічній промисловості України за останні шість років, тобто за період 2014-2019 рр. за офіційними статистичними даними у 2019 р. частка поліграфічних підприємств становила лише 4,77% від загальної кількості підприємств переробної промисловості. При цьому за останні шість років їх кількість скоротилась на 268 одиниць, або на 15%. При незначному зростанні кількості поліграфічних підприємств у 2017 р., середнє щорічне скорочення їх за цей період становило 1,55%. Впродовж 2010-2016 рр. кількість працівників, зайнятих поліграфічною діяльністю та пов'язаними з нею послугами, скоротилась з 20,7 до 18,8 тис. осіб, тобто на 9,2%. Обсяг реалізованої продукції з 2015 р по 2019 р. нерівномірно, але зростав, а в 2019 р знизився (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Обсяг реалізованої продукції поліграфічними підприємствами

Показники	Роки					Зміни
	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2015
Обсяг реалізованої продукції поліграфічними підприємствами, млн. грн	7060,8	7691,3	8249,2	10507,5	13088,7	6027,9
Частка від показника за переробною промисловістю, %	0,79	0,92	0,91	0,92	1,00	0,21
Індекс обсягу реалізованої продукції поліграфічними підприємствами, %	164,6	108,9	107,3	127,4	124,6	-40,0
Індекс цін на поліграфічну продукцію, %	101,2	100,6	116,8	127,6	105,5	4,3

Джерело: розроблено автором за даними [14]

За досліджуваний період цей показник зріс в 1,8 рази), в 2018-2019 р. він взагалі приростав більше, ніж на 20%. У той же час, суттєве зростання реалізованої продукції в грошовому виразі в 2015-2019 р. зумовлено великою мірою. У розглянутому часовому інтервалі фізичні обсяги реалізації поліграфічної продукції або зростали несуттєво, або взагалі, знижувались.

При цьому, зниження обсягів реалізації відбувалось найбільшими темпами за періодичними виданнями (табл. 1.5). Так, кількість надрукованих газет, журналів та іншої періодики за період з 2015 по 2019 рік зменшувалась в середньому майже на 29% щорічно, рекламних каталогів – на 18,9%, книг, брошур та ін. – на 4,9%. за результатами 2019 р. на одного мешканця України припадає 0,85 книги (у 2018 р. – 1,28 книги, у 2017 р. – 1,53 книги) [1, 28].

Таблиця 1.5

Обсяги друкування періодичних видань, книг та іншої поліграфічної продукції за 2015-2019 р., млн.

Вид продукції	Роки					Зміни показників, % 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Періодичні видання: газети, журнали	236	160,4	115,2	91,1	61	-28,7
Рекламні каталоги	3	3,6	3,9	2,2	1,3	-18,9
Рекламна продукція: проспекти, плакати	8	10,5	49,3	20	23,7	31,2
Книги, брошури та ін.	48,3	52,5	63,4	61,3	39,5	-4,9
Календарі	2,7	2,7	2,4	3,3	2,5	-1,9

Джерело: розроблено автором за даними [26]

Така ситуація пов'язана з високою вартістю друкованої продукції, зниженням реальних доходів населення та загальною тенденцією до зниження інтересу до читання. у 2018 році було проведено дослідження на вимогу GfK Ukraine для «Київстар» під назвою «читання книг в Україні-2018». згідно з результатами дослідження, більшість респондентів не могли дозволити собі

купити друковану книжку з причини високої ціни, яка була в діапазоні 51-100 грн за примірник, у той час як в 2017 р. половина опитаних були готові платити до 50 грн, а в 2018 р. – лише третина. респонденти демонстрували відмову купувати дорогу друковану продукцію [26]. За результатами соціологічного дослідження, проведеного громадською організацією «Форум видавців» за підтримки програми Європейського союзу «книжкова платформа», кількість українців, які протягом 2020 р не прочитали жодної книги, складає 42%, читають протягом року від однієї до п'яти книг – 35%, від 6 до 10 книг – 13%, понад 10 книг – 10%. Для порівняння, кількість американців, які не читають зовсім, складає всього 19%, що в 2,21 рази менше, ніж в Україні [28].

Проте українці все ще залишаються читаючою нацією. Позитивним моментом є зростання попиту на українські книги в 2020 р., загальний наклад яких зріс до 45 млн. екземплярів у порівнянні з 39,5 млн. в 2019 р. Таке зростання обумовлене відмовою українських читачів від російської книги, яка до воєнних дій займала 80% усіх продажів, а зараз – до 40-60%. Ця частка продовжує зменшуватись [28]. Також великий вплив на падіння обсягів продажів друкованих засобів масової інформації (газети, журнали) має інтернет. крім того, починаючи з 2018 р, друковані періодичні видання змінили політику – вони перейшли в онлайн формат, який виявився більш ефективним. як було відзначено в статті В. Гвоздева, мультимедійні технології призвели до еволюції традиційної журналістики, і, відповідно до «теорії смерті газет» А. Мірошніченко, онлайн ЗМІ можуть повністю замінити друковану продукцію протягом наступних 15-20 років [18].

Єдиним видом друкованої продукції, що зростає з високими темпами є виготовлення рекламної продукції (проспекти, плакати) – 31,2% в середньому щорічно. отже, для успішного існування підприємства змушені постійно адаптуватися до мінливих умов середовища: створювати стратегію, час від часу коректувати її. Також більшість підприємств знайшли вихід у тому, що відкрили нову нішу для діяльності, наприклад, перейшли до друку рекламної продукції.

Висновки до розділу 1

Визначено, що в Україні необхідно на державному рівні сприяти розвитку малого підприємництва з метою розбудови високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на глобальному ринку. Основними напрямками повинні стати стимулювання інноваційної активності малих підприємств, формування сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату та нормативно-правового середовища. Запровадження нових законодавчих актів спеціальні нові організаційні структури, які повинні сконцентрувати увагу на існуючих проблемах правового використання конкурентного законодавства стосовно розвитку малого бізнесу.

Констатовано, що в світовому масштабі обсяги поліграфічної продукції поступово зростають, але темпи цього зростання є незначними. Більша частка (88%) виробництва припадає на розвинені країни, проте в майбутньому вона буде знижуватись на користь країн, що розвиваються. Найбільшими виробником поліграфії у світі є США. Серед країн Європи найпотужнішу базу має Німеччина. Україна за кількістю поліграфічних підприємств та кількістю працюючих поступається в Європі тільки Німеччині та Польщі, але за ефективністю роботи має невисокі показники у порівнянні з європейськими виробниками.

Охарактеризовано тенденції в поліграфічній промисловості спричинені загальним зниженням інтересу суспільства до читання, недостатньою державною підтримкою галузі, низькою конкурентоспроможністю вітчизняної продукції через постійне зростання цін на неї, зменшенням реальних доходів населення та появою інноваційних видів друку, переходом друкованих ЗМІ в онлайн формат, відсутністю координації дій учасників видавничо-поліграфічної діяльності тощо. В умовах НТП, інформаційних та інноваційних технологій, вітчизняним поліграфічним підприємствам буде вкрай важко зберігати конкурентоспроможність та ефективність функціонування.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» ЯК СУБ'ЄКТА МАЛОГО БІЗНЕСУ

2.1. Оцінка екзогенних та ендогенних факторів впливу на розвиток ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Виробничо-рекламна компанія ОЛ-ПРИНТ (AllPrint Ltd.) – багатoproфільне підприємство, що представляє собою єдину команду, злагоджено працюючу на рекламному ринку з 1997 р. (під брендом ОЛ-ПРИНТ – з 1999 р.). Юридична адреса: Україна, 03062, Київ, вул. Кулибіна 11А, №203. Важливими перевагами ТОВ “ОЛ-ПРИНТ” є наявність власних виробничих потужностей, передових технологій та високоякісних матеріалів, суміщених з оригінальними ідеями по дизайну, що дозволяє підприємству виготовляти рекламну продукцію найвищої якості, великих тиражів в найкоротші терміни і за доступними цінами.

Головним пріоритетним напрямком діяльності компанії ТОВ “ОЛ-ПРИНТ” є виготовлення прапорів і продукції зв’язаної з прапорами. В наш час, замовити прапори – це один з найбільш економних способів рекламних вкладів. Це твердження доводиться простим зіставленням ефективності і вартості прапора і, наприклад, одного газетного оголошення або рекламного відеоролика. А ось переваги очевидні: логотип компанії в корпоративних кольорах постійно представлений для загального огляду. Базовими метод виготовлення продукції компанії є: “друк на тканині - нанесення логотипу на тканину”. Друк на тканині проводиться методом сублімації або термотрансферного друку [29] .

На сьогоднішній день сублімаційний друк на тканині – це одне з найбільш якісних нанесень зображення на текстиль, пропонованих на ринку друкованих послуг [17]. Технологія сублімації на тканини була розроблена в середині двадцятого століття французьким вченим-хіміком Ноель де Плассе. Він працював співробітником великої текстильної компанії Lainiere de Roubaix, яка перебувала на півночі Франції. Перевагами сублімації на тканини перед іншими технологіями (шовкографія, тамподрук та ін.) є: висока якість зображення – чіткість, насиченість кольорів; абсолютна стійкість зображень до зовнішніх

природних впливів: вологість, ультрафіолетове випромінювання, низькі температури та ін.; можливість виготовлення великих тиражів і одиничних ексклюзивних замовлень; можливість повнокольорового друку фотографічної якості будь-якого формату на тканину з дозволом до 1200 dpi тиражем від одного екземпляра; висока стійкість зображення до прання і хімчистці.

Одним з головних пріоритетів компанії при друку на тканині є наявність власних виробничих потужностей відомих світових виробників обладнання:

- лінія по виробництву прапорів MONTI ANTONIO -203 (Італія), Термопреси сублимації на тканини для виробництва прапорів «HOTRONIX» дозволяє ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» виробляти продукцію використовуючи методи сублимації і плівковою термо друку на тканині найвищої якості і в найкоротші терміни;
- витратні матеріали для друку на текстилі від німецького виробника «STANLS», як показала багаторічна практика, на сьогоднішній день є найбільш якісними і зносостійкими; чіткість, насиченість кольорів, різна фактура зображень (текстильна, оксамитова, прогумована, матова, глянцева);
- вишивальна 8-ми шестернева машина німецького виробника ZSK дозволяє швидко і якісно вишивати на всіляких тканинах і готових виробках [29].

Дане підприємство надає якісну рекламну і іміджеву підтримку, саме тому її клієнтами і партнерами є різні організації: урядові – МЗС України, СБУ, секретаріат Президента, податкова і митна служби України, міністерства, іноземні посольства і представництва, партії та рухи, навчальні заклади, телеканали та фестивалі, ЄВРО-2012, провідні фінансові групи, і так само виробники, такі як Robert Bosch ltd, Nemiroff, Tikkurila, Лукойл, Нафтогаз України, ТНК і багато інших. Понад 10 000 підприємств за роки роботи замовляли саме прапори компанії. Наявність власних виробничих потужностей, передових технологій та високоякісних матеріалів, суміщених з оригінальними ідеями по дизайну, дозволяє підприємству виготовляти рекламну продукцію найвищої якості, великих тиражів в найкоротші терміни і за доступними цінами [29].

Специфіка послуг ТОВ “ОЛ-ПРИНТ” може бути охарактеризована використовуючи PEST та SWOT аналіз.

Таблиця 2.1

SWOT – аналіз підприємства ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сучасне високопродуктивне обладнання ➤ Згуртований колектив ➤ Висока кваліфікація персоналу ➤ Накопичений багаторічний досвід роботи ➤ Зручне місце розташування підприємства ➤ Невисокі ціни, при дуже хорошій якості 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сильна конкуренція ➤ Прості методи просування продукції ➤ Невеликий офіс; ➤ Технологічна неготовність до використання науково-технічних досягнень ➤ Неякісний аналіз сучасного купівельного попиту; ➤ Недостатньо високий прибуток.
<i>Ринкові можливості</i>	<i>Ринкові загрози</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Попит на поліграфічну продукцію досить високий і має стійку тенденцію до збільшення ➤ Сформований імідж ТОВ "ОЛ-ПРИНТ" у споживачів продукції; ➤ Невелика кількість достатньо сильних конкурентів ➤ Вихід на нові ринки. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Поява сильних конкурентів ➤ Зміна тенденції попиту ➤ Збій в постачаннях матеріалів ➤ Нестабільність господарського, податкового, банківського та інших законодавств; ➤ зниження загальної платоспроможності підприємств.

Джерело: розроблено автором за даними [29]

Використовуючи SWOT аналіз розглянули дане підприємство і за допомогою матриці можемо побачити, що підприємство ТОВ “ОЛ-ПРИНТ” має багато можливостей для того, щоб подолати загрози за допомогою сильних сторін компанії: накопичений багаторічний досвід роботи і невисокі ціни, при дуже хорошій якості допоможуть у стрімкому зменшенні продажів при насиченості ринку. Проте завадити можливості до виходу на нові ринки зможуть такі слабкі сторони підприємства, як: прості методи просування продукції та сильна конкуренція. Ці взаємозв’язки необхідно враховувати, при формуванні стратегії підприємства та працювати щодо їх мінімального впливу.

Таким чином, можна визначити такі *ендогенні фактори*, що впливають на розвиток малих підприємств, також притаманних і ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

1) Низький рівень матеріально-технічного забезпечення діяльності поліграфічних підприємств. На даний момент, навіть при наявності ринкової пропозиції необхідного для забезпечення успішної діяльності відповідного універсального технологічного обладнання, устаткування, машин, механізмів та приладів, доступ підприємств до них є значно обмеженим через брак фінансових ресурсів на їх придбання. При цьому, доступ до специфічного обладнання й устаткування при провадженні діяльності є майже нереальним[16].

Таблиця 2.2

PEST – аналіз підприємства ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

<i>Політика</i>	<i>Економіка</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Новації в законодавстві погіршують правове поле діяльності підприємців • Державне вплив на галузь • Державне регулювання конкуренції в галузі • Нестабільність чинного законодавства; • Податкова політика; • Формування парламенту України; • Захист вітчизняного товаровиробника; • Трудове право; • Захист прав споживачів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Підтримка місцевих виробників; • Диверсифікація цін; • Нестабільна економічна ситуація в країні • Загальна характеристика економічної ситуації (підйом, стабілізація, спад); • Рівень інфляції; • Динаміка зайнятості населення; • Основні зовнішні витрати організації, в тому числі витрати на енергоносії; • Витрати на сировину і комплектуючі комунікаційні витрати.
<i>Соціум</i>	<i>Технології</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Зміни в базових цінностях • Зміни в рівні і стилі життя • Зміна структури доходів • Зміна структури витрат • Зміни основних споживчих переваг на продукт • Недовіра до реклами з боку кінцевих споживачів 	<ul style="list-style-type: none"> • Оцінка швидкості зміни і адаптації нових технологій • Нові продукти • Технологічні зміни, що мають істотне значення для організації • Поява нових рекламних методів • Поява нових технологій виробництва і швидка адаптація ринком

Джерело: розроблено автором за даними [29]

2) Неєфективність управлінських рішень. Велика кількість малих підприємств починає провадити свою діяльність не маючи при цьому необхідної суми знань і

навичок. У наслідок виникають ситуації прийняття неефективних управлінських рішень через відсутність обізнаності в системі ринкових відносин і прийняття рішень лише на основі інтуїції.

3) Поєднання двох або більше видів діяльності в межах одного малого підприємства. Дуже часто підприємець починає займатись однією сферою бізнесу, а через певний проміжок часу доповнює її зовсім інакшою. При цьому, неможливо бути ефективним одразу в двох, кардинально різних сферах через відсутність концентрації та комплексу знань. Результатом цього є занепад функціонування малого підприємства або навіть його ліквідація [16].

Екзогенні фактори, які гальмують сектор малого бізнесу варто виокремити:

1) Недосконалість податкової системи та загальний стан економіки держави та чинного законодавства. на розвиток малого підприємництва безпосередньо впливають тренди розвитку економіки країни загалом [6].

2) Відсутність дієвого механізму державної підтримки малого бізнесу. незважаючи на велику кількість функціонуючих бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів, їх роль у діяльності саме малих підприємств є незначною. Недосконалий механізм кредитування та фінансування малого підприємництва, що створює стартові складнощі для відкриття бізнесу. Фінансова допомога, яку надають Український фонд підтримки підприємництва та Державний інноваційний фонд, є досить незначною.

3) Монополізація ринку суб'єктами великого підприємництва. У багатьох сферах провадження господарської діяльності спостерігається висока концентрація представників великого бізнесу, при цьому, найчастіше вони є монополістами. Як наслідок, саме вони є трендсеторами (інноваторами, які раніше за інших сприймають нові ідеї чи віяння і своїм прикладом втілюють новацію у життя та масове використання) і визначають умови функціонування ринку.

4) Високий рівень корупції та бюрократії. Дуже часто спостерігаються ситуації загальної неповаги до законодавства, ухилення від сплати податків, вирішення проблемних питань за допомогою особистих неформальних зв'язків. Причина

полягає в тому, що малим підприємцям дуже важко ефективно функціонувати за умов, які визначає держава. Залежно від того, яка економічна культура панує в країні, збільшується або зменшується ризик втрати бізнесу. На жаль, Україна належить до тих країн, у яких сфера підприємництва є вельми ризикованою і пов'язаною з великими, а найчастіше ще і додатковими витратами. Тому корупція відноситься до тих неформальних екзогенних чинників, що гальмують розвиток малого бізнесу в Україні (сформульовано на основі [10]).

2.2. Аналіз конкурентоспроможності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на внутрішньому та зовнішньому ринках

В умовах соціально-економічних трансформацій та загострення конкуренції діяльність ТОВ "ОЛ-ПРИНТ" зазнає відповідних змін. Це можна відстежити на основі балансу та фінансового звіту цього підприємства за 2015-2019 рр. (розрахункові дані наведені в Додатках).

Для оцінки ефективності використання фінансових ресурсів підприємства використовується система показників, що характеризує ліквідність балансу, рентабельність та ділову активність підприємства. Ліквідність – це властивість активів бути швидко конвертованими у грошові кошти за ціною, близькою до ринкової [23]. Чим легше і швидше можна обміняти актив з урахуванням його повної вартості, тим більш ліквідним він є.

Ліквідність балансу – це ступінь покриття зобов'язань підприємства активами, термін перетворення яких в грошові кошти відповідає терміну погашення зобов'язань [18]. Від ступеня ліквідності балансу залежить платоспроможність підприємства. Основна ознака ліквідності - формальне перевищення вартості оборотних активів над короткостроковими пасивами. І чим більше це перевищення, тим сприятливіший фінансовий стан має підприємство з позиції ліквідності.

Актуальність визначення ліквідності набуває особливого значення в умовах економічної нестабільності. Тут постає питання чи достатньо у

підприємства коштів для покриття його заборгованості. Така ж проблема виникає, коли необхідно визначити, чи достатньо у підприємства коштів для розрахунків з кредиторами, тобто здатність погасити заборгованість наявними засобами. В даному випадку, кажучи про ліквідність, мається на увазі платоспроможність підприємства, основними ознаками якої є наявність у достатньому обсязі грошових коштів та відсутність простроченої кредиторської заборгованості.

Для проведення аналізу ліквідності балансу підприємства статті активів групують за ступенем їхньої ліквідності. Зобов'язання по пасиву групуються за строками їхнього погашення. Сутність аналізу ліквідності балансу полягає у порівнянні відповідних груп активів та пасивів і визначається як ступінь покриття зобов'язань підприємства активами, строк конвертації яких у грошові кошти відповідає терміну погашення зобов'язань.

Для аналізу платоспроможності підприємства розраховуються абсолютні та відносні показники ліквідності [8]. Основним абсолютним показником ліквідності є чистий оборотний капітал, нормативне значення - > 0 .

$$\text{ЧОК} = \text{ОА} - \text{ПЗ} \quad (2.1)$$

де ЧОК - чистий оборотний капітал;

ОА - оборотний активи;

ПЗ – поточні зобов'язання.

Коефіцієнт поточної ліквідності характеризує достатність оборотних активів для задоволення поточних зобов'язань

$$\text{Кп.л.} = \frac{\text{ОА}}{\text{ПЗ}} \quad (2.2)$$

де Кп.л. - коефіцієнт поточної ліквідності.

Коефіцієнт швидкої ліквідності характеризує можливість погашення підприємством поточних зобов'язань за рахунок наявних найбільш ліквідних активів.

$$\text{Кш.л.} = \frac{\text{ОА} - 3}{\text{ПЗ}} \quad (2.3)$$

де Кш.л. – коефіцієнт швидкої ліквідності; З – запаси.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує здатність підприємства погасити свої поточні зобов'язання негайно.

$$\text{Ка.л.} = \frac{\text{ГК}}{\text{ПЗ}} \quad (2.4)$$

де Ка.л.- коефіцієнт абсолютної ліквідності; ГК – грошові кошти.

Тепер сформуємо таблиці на основі даних балансу нашого підприємства і формул наведених вище:

Таблиця 2.3

**Розрахунок абсолютних та відносних показників ліквідності
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за 2015-2019 рр.**

Показник	Нормативне значення	Роки				
		2015	2016	2017	2018	2019
Чистий оборотний капітал	>0	-62335,3	-63716,9	-71417,5	-71027,6	-70785,2
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,5-2	0,029	0,023	0,026	0,021	0,018
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,7-1,5	0,021	0,02	0,024	0,018	0,016
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2	0,00015	0.00018	0.00026	0.00023	0.00021

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

З даних таблиць 2.3, 2.4 можна зробити висновок, що впродовж 2015-2019 рр. у «ОЛ-ПРИНТ» не був сформований чистий оборотний капітал. Навпаки, ми бачимо критично низький рівень чистого оборотного капіталу. Це можна пояснити щорічним стабільно низьким рівнем оборотних активів підприємства та поточних зобов'язань.

Коефіцієнт поточної ліквідності зовсім не відповідає нормативному значенню, що дозволяє зробити висновок про нездатність підприємства виконати

свої короткострокові зобов'язання. Також ми можемо прослідкувати стабільне зниження цього показника починаючи з 2017 р. В 2017 р. зниження на 13% , у 2018 р.на 19%, а в 2019 р. на 14%. Коефіцієнти швидкої та абсолютної ліквідності не відповідають нормативному значенню, отже підприємство гостро потребує високо-ліквідних активів для виконання своїх термінових зобов'язань. Загалом баланс підприємства неліквідний, підприємство не має достатньо фінансових ресурсів для виконання своїх короткострокових зобов'язань.

Таблиця 2.4

**Розрахунок відхилення абсолютних та відносних показників ліквідності
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за 2015-2019 рр.**

Показник	Відхилення							
	2015/2016		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%
Чистий оборотний капітал	-1381,6	2,2	-7700,6	12	389,9	0,5	242,4	0,3
Коефіцієнт поточної ліквідності	-0,006	20,6	0,003	13	-0,005	19,2	-0,003	14
Коефіцієнт швидкої ліквідності	-0,001	4,7	0,004	20	-0,006	25	-0,002	11,1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00003	20	0,00008	44.4	-0,00003	11,5	-0,0002	8,6

Джерело: розроблено автором за даних підприємства

Дослідимо використання фінансових ресурсів за допомогою показників оборотності та рентабельності. Для цього використаємо формули наведені нижче. Головним параметром ділової активності підприємства є тривалість оборотності коштів. Чим швидший оборот, тим ефективніше підприємство використовує свої фінансові ресурси. Аналіз ділової активності підприємства, або показники оборотності, дозволяють оцінити, наскільки ефективно підприємство використовує свої (або залучені) кошти в процесі господарської діяльності.

Для оцінки ділової активності підприємства використаємо такі відносні показники [17]:

$$\text{Ко. о. а.} = \frac{\text{ЧВ}}{\text{ОА}} \quad (2.5)$$

де Ко.о.а.- коефіцієнт оборотності оборотних активів;

ЧВ – чиста виручка(дохід) підприємства.

$$\text{Ко.дб.з.} = \frac{\text{ЧВ}}{\text{ДБЗ}} \quad (2.6)$$

де Ко.дб.з. – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості;

ДБЗ – дебіторська заборгованість(сума всіх показників).

$$\text{То. дб.з.} = \frac{365}{\text{Ко.дб.з.}} \quad (2.7)$$

де То.дб.з. – період обороту дебіторської заборгованості.

$$\text{Ко. в. к.} = \frac{\text{ЧВ}}{\text{ВК}} \quad (2.8)$$

де Ко. в. к. – коефіцієнт оборотності власних коштів.

Рентабельність – це один з показників, що характеризує економічну ефективність роботи підприємства. Рентабельність являє собою таке використання фінансових ресурсів, при якому організація не тільки покриває свої витрати доходами, а й отримує прибуток [27]. В цілому рентабельність являє собою здатність компанії створювати прибуток для інвесторів і власників. Висока рентабельність свідчить не тільки про можливість підприємства забезпечувати досягнення інтересів цих груп учасників, а і про більш високу захищеність кредиторів, так як в разі ефективної діяльності компанія отримує додатковий позитивний грошовий потік, який може бути направлений на погашення боргу постачальниками фінансових ресурсів.

Для оцінки рентабельності підприємства використаємо такі відносні показники [17]: Коефіцієнт рентабельності власного капіталу найважливіший фінансовий показник віддачі для будь-якого інвестора, власника бізнесу, який показує, наскільки ефективно був використаний вкладений в бізнес капітал.

$$\text{Кр. в. к.} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}} \quad (2.8)$$

де Кр.в.к. – коефіцієнт рентабельності власного капіталу;

ЧП – чистий прибуток; ВК – власний капітал.

Коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства характеризує ефективність господарської діяльності підприємства.

$$\text{Кр. д.} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧВ}} \quad (2.9)$$

де Кр. д. – коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства.

Коефіцієнт рентабельності продукції характеризує ефективність та дохідність від реалізації.

$$\text{Кр. пр.} = \frac{\text{П}}{\text{с/в}} \quad (2.10)$$

де Кр.пр. - коефіцієнт рентабельності продукції;

П - валовий прибуток від реалізації (робіт, послуг);

с/в – собівартість продукції.

Давайте розрахуємо фінансові дані підприємства на основі формул зазначених вище(на основі Балансу та Звіту підприємства періодом з 2015-2019 роки)

Сформувавши коефіцієнт оборотності оборотних активів ми можемо побачити, що між 2015 і 2016 роками показник зріс на 76%, потім за рік знизився на 14% (2017), в 2018 році зріс аж на 103% і за останній рік збільшився на 36% (2019). Ми можемо зробити висновок, що в 2015-2017 роках даний показник залишався приблизно однаковим з невеликими відхиленнями. А от починаючи з 2018 року різко збільшився і продовжив свій ріст і в 2019 році.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ТОВ «ОЛ-ПРИНТ». В 2016 році він збільшився на 53%, потім в 2017 році різко зменшився аж на цілих 133%. В 2018 році абсолютно навпаки порівняно з показником минулого року збільшився на 115%. А вже в 2019 порівняно з 2018 роком мав приріст в 48%.

Таблиця 2.5

**Фінансовий стан розвитку підприємства ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»
за 2015-2019 рр.**

Показник	Роки					2019/ 2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2.42	4.27	3.67	7.46	10.2	7.78
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	8.1	12.4	5.3	11.4	16.9	8.8
Період обороту дебіторської заборгованості	46	30	69	32	22	-24
Коефіцієнт оборотності власних коштів	0,23	0.31	0.33	0.49	0.56	0.33
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0.06	0.04	0.04	0.07	0.07	0.01
Коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства	0.28	0.13	0.12	0.15	0.01	-0.27
Коефіцієнт рентабельності продукції	0.58	0.1	0.08	0.2	0.02	-0.56

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

Проаналізувавши коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ми можемо побачити, що даний показник перебував в нестабільному стані. Проте починаючи з 2018 року і станом на 2019 рік розпочався стабільний приріст, що є хорошою тенденцією.

Період оборотності дебіторської заборгованості дав нам зрозуміти скільки днів потрібно підприємству для даної операції. В 2016 році порівняно з 2015 роком показник був меншим на 34%. В 2017 році результат збільшився на 130%, що є нехорошим результатом. Дані даного показника в 2018 році покращилися і зменшився на 53%. Заключний 2019 рік показав зниження на 31%. Після даного аналізу ми можемо побачити, що даний показник перетерпів різке збільшення в 2017 році, але починаю з 2018 року не тільки повернув свої попередні значення, але й покращив результат.

Таблиця 2.6

Динаміка змін фінансового стану розвитку підприємства

ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за 2015-2019 рр.

Показник	Відхилення							
	2015/2016		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1.85	76	-0.6	14	3.79	103	2.74	36
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4.3	53	-7,1	133	6,1	115	5.5	48
Період обороту дебіторської заборгованості	-16	34	39	130	-37	53	-10	31
Коефіцієнт оборотності власних коштів	0,08	34	0,02	6,5	0,16	48	0,07	14
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-0,02	33	0	0	0,03	75	0	0
Коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства	-0,15	53	-0,01	7	0,03	25	-0,14	93
Коефіцієнт рентабельності продукції	-0,48	82	-0,02	20	0,12	150	-0,18	90

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

Проаналізувавши коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ми можемо побачити, що даний показник перебував в нестабільному стані. Проте починаючи з 2018 року і станом на 2019 рік розпочався стабільний приріст, що є хорошою тенденцією.

Період оборотності дебіторської заборгованості дав нам зрозуміти скільки днів потрібно підприємству для даної операції. В 2016 році порівняно з 2015 роком показник був меншим на 34%. В 2017 році результат збільшився на 130%, що є нехорошим результатом. Дані даного показника в 2018 році покращилися і зменшився на 53%. Заключний 2019 рік показав зниження на 31%. Після даного

аналізу ми можемо побачити, що даний показник перетерпів різке збільшення в 2017 році, але починаю з 2018 року не тільки повернув свої попередні значення, але й покращив результат.

Розрахунок коефіцієнту оборотності власних коштів показав, що впродовж період за 2015-2016 рр. показник збільшився на 34%. В 2017 році приріст становив 6,5%. Значення в 2018 році порівняно з попереднім збільшилося на 48%. А в кінцевому 2019 році зріс на 14%. Простежувалося постійне збільшення даного показника. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу найважливіший фінансовий показник віддачі для будь-якого інвестора, власника бізнесу, який показує, наскільки ефективно був використаний вкладений в бізнес капітал. В 2016 році показник зменшився на 33%. В 2017 році залишився незмінним. В період за 2017 рік і 2018 рік ми бачимо приріст на цілих 75%. В 2019 році показник зберіг значення попереднього року.

Коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства характеризує ефективність господарської діяльності підприємства і зараз ми розглянемо стан і зміни даного показника. В 2016 році сталося зниження на 53%. Показник 2017 року теж показує зниження, але всього на 7%. В 2018 році стався приріст показника на 25%. В 2019 році відбулось різке зменшення аж на 90% порівняно з показниками попереднього року. Ми пам'ятаємо, що коефіцієнт рентабельності продукції характеризує ефективність та дохідність від реалізації. В 2016 році даний показник зменшився на 82% порівняно з попереднім. 2017 рік характерний повторним зменшенням але тільки на 20% порівняно з 2016 роком. В 2018 відбулось різке збільшення показника на цілих 150%. Але вже в 2019 році показник був перетерпів зниження на цілих 93%.

Ефективне використання фінансових ресурсів на підприємстві свідчить про успішну діяльність даного суб'єкта господарювання. Відповідно, оцінити ефективність використання фінансових ресурсів, на мій погляд, можна за допомогою сучасних методик прогнозування банкрутства.

Методика визначення імовірності банкрутства розроблена Мартиненко В.П. яка зручна у користуванні та є адаптованою до умов вітчизняного ринку і

використання якої дозволяє зробити висновок про успішне функціонування підприємства, а, відповідно, і про ефективне використання фінансових ресурсів. За допомогою нього дізнаємось яким був показник підприємства протягом 5 останніх років. Методика полягає у розрахунку коефіцієнта ймовірності банкрутства підприємства та використання шкали визначення ймовірності банкрутства [12]:

$$Кі. б. = Кп.л. + 3.33 * Ка + 5.71 * Кр. в. к. \quad (2.11)$$

де Кі. б. – коефіцієнт ймовірності банкрутства;

К. п. л. – коефіцієнт поточної ліквідності;

Кр. в. к. – коефіцієнт рентабельності власного капіталу;

Ка – коефіцієнт автономії підприємства.

$$Ка = \frac{ВК}{\text{Баланс}} \quad (2.12)$$

де Ка - коефіцієнт автономії підприємства;

ВК – власний капітал.

Давайте знайдемо коефіцієнт ймовірності банкрутства і коефіцієнт автономії підприємства за даними балансу і звіту та формулами які наведені вище:

Таблиця 2.7

Розрахунок показників автономії підприємства та ймовірності банкрутства

Показник	Роки					Зміни 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Ка	0.16	0.24	0.14	0.13	0.24	0.08
Кі. б.	1.18	0.8	0.76	1.3	1.3	0.12

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

Коефіцієнт автономії підприємства показує нам, що показники власного капіталу та балансу протягом 2015-2019 років постійно змінюються.

Ймовірність банкрутства підприємства за даною методикою визначається за шкалою ймовірності банкрутства, представленою в таблиці 2.8

Таблиця 2.8

Шкала ймовірності банкрутства підприємства

Значення К ім.б.	Ймовірність банкрутства
6,0 і вище	Низька
5,99 – 5,30	Можлива
5,29 – 3,49	Висока
3,48 і нижче	Дуже висока

Джерело: розроблено автором за даними[12]

Отже, проаналізувавши коефіцієнт ймовірності банкрутства підприємства можна зробити висновок, що підприємство протягом 2015-2019 рр. перебувало в дуже високій ймовірності банкрутства. Якщо не прийняти термінових дій підприємство збанкрутує.

Висновки до розділу 2

Проаналізовано діяльність ТОВ "ОЛ-ПРИНТ" на основі балансу та звіту за 2015-2019 років, яке засвідчило факти того, що більшість показників перебувають в дуже поганому стані.

Виявлено, що фінансовий стан підприємства можна охарактеризувати як незадовільний, структура капіталу свідчить, що показники фінансової стійкості трохи нижче норми, але показують позитивну динаміку протягом досліджуваного періоду. Підприємство залежне від короткострокових та довгострокових кредитів, не в змозі виконати в повній мірі свої поточні зобов'язання. Протягом досліджуваного періоду підприємство нарощувало капітал, але дохідність залишається приблизно на одному рівні, попри прибуткову діяльність показники рентабельності низькі. Не дивлячись на низькі показники фінансового стану, підприємство продовжує розширювати свою діяльність.

Ідентифіковано сучасні процеси щодо використання фінансових ресурсів підприємства знаходиться на низькому рівні. Показники ліквідності та ділової активності свідчать про нездатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання, баланс підприємства неліквідний, періоди оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості зростають. Підприємство має високу ймовірність банкрутства.

Для підвищення ефективності використання фінансових ресурсів на підприємстві, терміново рекомендується розробка та впровадження поточного та оперативного фінансового планування.

Охарактеризовано і проаналізовано такі показники: відхилення абсолютних та відносних показників ліквідності; аналіз відносних показників ділової активності та рентабельності; коефіцієнт автономії підприємства; коефіцієнт ймовірності банкрутства.

Ідентифіковано цілий ряд тенденцій, а саме: зниження показників рентабельності власного капіталу, діяльності підприємства, продукції та продажів. Отримані результати дають підстави стверджувати, що досліджуване підприємство неефективно використовує фінансові ресурси через низький рівень ділової активності та недостатність фінансових ресурсів; показники оборотності та рентабельності підприємства є низькими, їх зниження можна пояснити постійним збільшенням валюти балансу і всіх груп активів; ймовірність банкрутства підприємства є дуже високою протягом досліджуваного періоду. Розрахунок вищезазначеного показника підтверджує висновок, про недостатність фінансових ресурсів на підприємстві, а відповідно, їх неефективне використання на усіх рівнях, адже збільшуючи свої зобов'язання підприємство не збільшило доходи від діяльності.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» У СФЕРІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Обґрунтування заходів диверсифікації діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Задля успішного обґрунтування заходів диверсифікації діяльності ТОВ "ОЛ-ПРИНТ" потрібно ознайомитися з поняттям «диверсифікації» і її стратегіями. З плином часу, при позитивному розвитку бізнесу, номенклатура продукції розширюється, і фірма починає використовувати можливості територіального розширення ринку, переходячи від місцевого ринку до регіонального, далі національному та міжнародному.

Пропонуючи за рахунок диверсифікації цілий комплекс продукції, підприємство може істотно підвищити свою конкурентоспроможність і послабити можливі ризики. Диверсифікація – це стратегія маркетингу, спрямована на активне проникнення підприємства в сфери виробництва і послуг, часто не властиві специфіці його роботи, з метою отримання додаткового прибутку і поліпшення фінансових результатів. Реалізації політики диверсифікації для розвитку міжнародного бізнесу має забезпечити покращення рівня конкурентоспроможності в перспективі.

Диверсифікації, як засобу виходу з кризи, частіше вдаються неблагополучні підприємства, які намагаються переламати негативні тенденції і забезпечити собі приплив «живих грошей» за рахунок зміни або доповнення основної діяльності. Підприємства зі стійким фінансово-економічним становищем за допомогою диверсифікації розширюють зону своїх інтересів, освоюючи нові види діяльності як істотну основу стабільності свого бізнесу.

Мотиви, цілі, пріоритети диверсифікації, службовці орієнтиром і стимулом для розширення диверсифікованого бізнесу, представлені на рис. 3.1 і 3.2 [3, с.18]. Цілі диверсифікації можуть бути різними – від простого бажання вижити, до отримання додаткового прибутку – керівництво підприємства на свій розсуд реалізує найбільш прийнятні і суттєві, в тому числі і з урахуванням пережитих підприємством етапів життєвого циклу підприємства (рис. 3.1).

Передумови

1. Падіння норми прибутку в традиційному виробництві.
2. Нерівномірний розвиток галузей економіки.
3. Ослаблення конкурентних позицій фірми.
4. Розвиток науково-технічного прогресу.

<i>Мотиви</i>				
<i>Технологічні</i>	<i>Економічні</i>	<i>Фінансові</i>	<i>Соціальні</i>	<i>Стратегічні</i>
1) Бажання більш повно завантажити виробничі потужності і зберегти виробничий потенціал. 2) Усунення прогалин у виробничому ланцюжку. 3) Незайнятість, неповне використання ресурсів. 4) Альтернативні варіанти використання сировини, матеріалів.	1) Надлишок капіталу в традиційних галузях виробництва, пошук нових сфер інвестування капіталу. 2) Розширення частки ринку, завоювання нових ринків. 3) Витяг синергетичного ефекту. 4) Економія на масштабах виробництва. 5) Економічна обмеженість ресурсів.	1) Зниження ризику від діяльності в одній галузі і сфері бізнесу. 2) Фінансова стабільність.	1) Збереження робочих кадрів. Створення нових робочих місць. 2) Очікування керівництвом зростання соціального статусу фірми. 3) Інноваційна політика менеджерів.	1) Пристосування до кон'юктури. 2) Протидія коливань кон'юктури. 3) Доступ до нових технологій, ринків, ресурсів. 4) Антимонопольне законодавство. 5) Спільне багатопільове використання виробничих потужностей.

ЦІЛІ

1. Економічна стабільність і фінансова стійкість підприємства.
2. Підвищення прибутковості роботи.
3. Зростання конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

Рис. 3.1. Пріоритет цілей диверсифікації ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Джерело: розроблено автором за даними[23]

Рішення про початок диверсифікації в значній мірі залежить від можливості зростання підприємства в своїй основній галузі і від конкретних позицій підприємства на ринку. На практиці рішення про диверсифікацію зазвичай приймається в разі, коли підприємство потрапляє у скрутну ситуацію (постійне зниження прибутку, систематична втрата частини ринку, збільшення терміну повернення інвестицій). Важливим є орієнтація на пріоритетність цілей диверсифікації (рисунк .3.2), яка дає можливість визначитися з залежністю між цілями підприємства і прибутковістю його роботи.

Реалізуючи диверсифікацію, підприємство повинно докласти певних зусиль для створення конкурентних переваг, забезпечення певного потенціалу для підтримки конкурентної переваги. Диверсифікацію можна розглядати не тільки на рівні підприємства, фірми, компанії, корпорації, а й галузі, на рівні всієї країни.

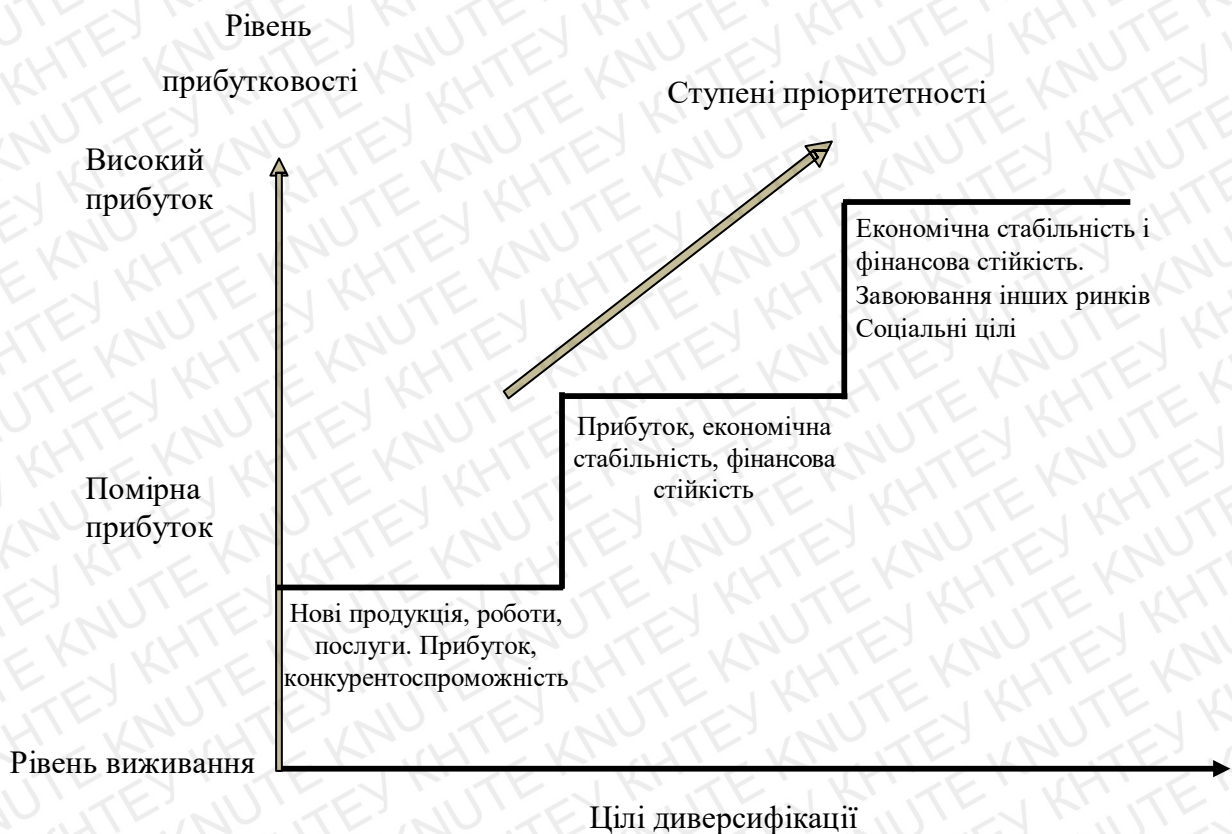


Рис. 3.2. Пріоритет цілей диверсифікації ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Джерело: розроблено автором на основі [23]

Відсутність якісних зрушень у підвищенні конкурентоспроможності продукції більшості не сировинних галузей обмежують можливості їх стійкого зростання і розвитку. В таких умовах прискорена диверсифікація структури української економіки стає одним із пріоритетних завдань сучасного етапу розвитку [23].

Метою функціонування будь-якого підприємства є ефективний розвиток, а вибір напрямів розвитку залежить від економічного стану підприємства, умов зовнішнього середовища, особливостей галузі. На основі проведеного аналізу чинників ефективності діяльності поліграфічних підприємств, визначені основні напрями їх розвитку:

- інвестування з метою модернізації виробництва;
- створення нових організаційних форм - об'єднань підприємств;
- вивчення міжнародного досвіду ефективної діяльності підприємств.

Першим напрямом ефективного розвитку поліграфічних підприємств є інвестиційна діяльність. Обсяг інвестування залежить від різних факторів, насамперед від забезпеченості джерелами фінансування - власними, залученими, позиковими. Поліграфічна галузь не є пріоритетною для інвесторів, тому важливе значення для розвитку підприємств має забезпеченість власними ресурсами. До власних джерел фінансування інвестицій належать прибуток та амортизація, відповідно, обсяг джерел фінансування залежить від політики розподілу власних джерел підприємства та рівня інтенсифікації виробництва. В умовах дефіциту власних джерел фінансування амортизація може використовуватися не за призначенням, тому для виявлення джерел фінансування інвестицій важливе значення має аналіз використання джерел [5].

Підвищенню інвестиційної привабливості підприємств сприяють нововведення, вони пов'язані з реконструкцією, розширенням, технічним переоснащенням виробництва.

Інвестиції в формі інновацій впливають на продуктивність праці і зменшення витрат за рахунок нових виробничих методів, організаційних

структур, об'єднань підприємств. Зменшуються затрати на сировину, транспортні витрати, закупівельні ціни.

Інновації в організаційно-управлінській сфері впливають на ефективність діяльності підприємств на основі росту продуктивності праці. Інновації як нововведення можуть здійснюватися на рівні галузі і на рівні підприємства. Це - наукова організація праці, забезпечення необхідними матеріалами, культура виробництва, також це координація робіт, більш ефективне управління ресурсами. Усе це буде сприяти зменшенню собівартості продукції та росту прибутку. Підвищення прибутку буде визначатися коефіцієнтами оборотності, зміною цінової політики [5].

Другим напрямом ефективного розвитку підприємств є створення нових організаційних форм - об'єднань підприємств. Враховуючи особливість поліграфічної галузі, а саме, тісний зв'язок з видавництвами в процесі виготовлення книг й іншої видавничої продукції, та з книготорговельними підприємствами в процесі збуту видавничої продукції, тобто, спільний ринок збуту, доцільно створювати об'єднання поліграфічних підприємств, видавництв, книготорговельних підприємств.

Нова організаційна форма може бути утворена як корпорація, консорціум, концерн та ін., які відрізняються ступенем залежності і взаємодії учасників. На мою думку буде доцільним створення вертикально інтегрованої структури у формі корпорації. Цей вибір пояснюється необхідністю збереження юридичної самостійності учасників у зв'язку з особливостями видавничого і поліграфічного виробництва. Так, якість видань, як продукту інтелектуальної праці, визначається в першу чергу інформаційним змістом і художнім оформленням, відповідно, пріоритетне значення мають трудові ресурси, рівень їх компетенції, а якість поліграфічного відтворення продукції оцінюється насамперед технічними параметрами, і першочергове значення має комплекс факторів - трудові ресурси, техніка і технологія, якість матеріалів.

На ефективність об'єднання впливає склад учасників, узгодженість умов співпраці. В якості учасників об'єднання доцільно обирати тих, які посилять або

розширять конкурентні переваги підприємств і, таким чином, забезпечать отримання економічного ефекту. Перспективним для поліграфічних підприємств є об'єднання з видавництвами, які мають компетентний персонал, застосовують інноваційні технології, орієнтуються у запитах споживачів, забезпечують високу якість, конкурентоздатність продукції. При залученні до складу об'єднання книготорговельних підприємств перевагу необхідно надавати мережевим або гуртовим підприємствам, з широкою географією збуту та високим рівнем платіжної дисципліни, що сприятиме скороченню витрат на збут, прискоренню оборотності капіталу. За рахунок розширення асортименту продукції, кількості послуг сконцентрованих в одній компанії, підвищиться рівень задоволення потреб споживачів, а консолідація знань та досвіду фахівців створить умови для підвищення ефективності управління об'єднанням [22].

Для досягнення мети об'єднання його учасникам необхідно узгодити умови співпраці. Створення єдиних економічних правил для усіх учасників об'єднання буде сприяти більш рівномірному розподілу економічних результатів в системі проектування - виробництво - збут продукції. Потребують вирішення питання виробничої, інвестиційної, маркетингової, кадрової політики. Враховуючи, що залучення зовнішніх інвестицій у видавничо-поліграфічному комплексі ускладнене, створення об'єднань, як наслідок, збільшення капіталу, буде сприяти здійсненню реальних інвестицій. Необхідно узгоджувати виробничі плани учасників об'єднання для підвищення оперативності виробництва, швидшого надходження продукції на ринок, що створить умови для прискорення оборотності капіталу. При вирішенні питань збуту продукції необхідно враховувати баланс інтересів учасників об'єднання, тому що поширена в сучасних умовах політика оплати продукції книготорговельними підприємствами за фактом реалізації видань кінцевим споживача, створює дефіцит фінансування поточної діяльності видавництв. Перспективним напрямом удосконалення кадрової політики є підвищення кваліфікації кадрів на постійній основі, заохочення набуття нових знань, вмінь за рахунок роботи в командах по виконанню проектів. Внаслідок об'єднання підприємств збільшується прибуток,

продуктивність праці, зменшуються ризики, а особливість об'єднання підприємств видавничо-поліграфічного комплексу полягає у підвищенні суспільної ефективності - зростанні інформаційного забезпечення суспільства, інтелектуального рівня нації [22].

Третім напрямом розвитку поліграфічних підприємств обрано вивчення ефективного міжнародного досвіду діяльності. Вивчення досвіду розвитку поліграфічної галузі різних країн - США, Китаю, Польщі та інших показує, що усім їм притаманні свої особливості, але в той же час є спільна тенденція до об'єднань підприємств, як вертикальних, так і горизонтальних.

Корисним є досвід США, як країни з найбільшим у світі річним доходом поліграфічної галузі - 80 млрд.дол [35]. Ефективність галузі забезпечується шляхом реалізації таких напрямів розвитку, як інвестиційна активність, створення об'єднань підприємств зі значною кількістю учасників (кілька десятків). Для підвищення конкурентоздатності галузі, в умовах поширення сучасних інформаційних технологій, поліграфічні підприємства США розширюють ринок збуту за рахунок надання послуг мультимедіа оформлення та дизайну, адаптація цього досвіду до умов України полягає у наданні переваги, залученню дизайнерів на час виконання проектів, замість створення постійного штату дизайнерів.

Ефективним є також досвід Канади в напрямі консолідації великих підприємств, які прагнуть підтримувати рівень прибутку [34], відбувається також міжгалузєва інтеграція. Для вирішення питання підготовки фахівців галузі в Канаді, на кошти підприємств поліграфічної галузі, функціонує Трастовий фонд, який надає стипендії на навчання найбільш талановитій молоді, а також забезпечує проходження практики студентів. Розвиток цього напрямку актуальний для України з метою сприяння у вирішенні проблем, пов'язаних зі скорочення державного фінансування вищої освіти, а також забезпеченням набуття студентами практичного досвіду.

Досвід Польщі також представляє інтерес з точки підвищення ефективності діяльності. Значну роль у розвитку поліграфічної і видавничої галузей Польщі відіграє комплексна державна підтримка. Так, держава регулює видавничу і

друкарську справу шляхом компенсації коштів на переклад видань польських авторів на іноземні мови та іноземних авторів на польську, створення сприятливих умов для інвестування, встановлення цін на окремі види продукції. На користь реалізації першого напрямку свідчить зростання інтересу світової спільноти до України. Поліграфічна галузь Польщі має й інші позитивні напрацювання, зокрема, розширення ринку збуту за рахунок експорту, частка якого становить 42% від загального обсягу доходу галузі і має тенденцію до зростання [36], що пов'язано не лише членством у Європейському Союзі, але і сприятливими умовами інвестування - прийнятними цінами на позикові ресурси. Українським друкарням, зокрема ТОВ «Юнівест Маркетинг», ДВ «Преса України», ДП «Київська офсетна фабрика» та ін., які забезпечують систематичну модернізацію, впроваджують системи управління якістю, і, відповідно, виготовляють продукцію, яка може бути конкурентоздатна на міжнародних ринках, також доцільно розвиватися за рахунок експорту.

Цікавим є досвід поліграфічної галузі Фінляндії, насамперед в області пошуку нових ринкових ніш, що актуально у зв'язку зі скороченням попиту на традиційних ринках збуту. Так, деякі друкарні знайшли нові ніші, і надають послуги зі створення електронних архівів, консультації з підбору найбільш ефективних видів рекламної продукції, здійснюють дистрибуцію рекламної продукції.

Інтерес представляє також досвід поліграфічної галузі Китаю, підприємства якої приділяють значну увагу підвищенню якості продукції, впроваджуючи систему управління якістю продукції серії ISO 9001 і власні системи управління якістю продукції. А в об'єднаннях підприємств здійснюється посилений контроль якості, сутність його полягає в тому, що цю функцію виконують і фахівці окремих підприємств і фахівці центрального органу об'єднання. Адаптація цього досвіду для вертикально інтегрованих об'єднань у видавничо-поліграфічному комплексі України полягає у залученні технологів поліграфічного виробництва на етапі проектування видань.

3.2. Прогноз ефективності запропонованих заходів для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Метою диверсифікація діяльності є збільшення асортименту послуг та розширення сфери діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ». Така політика забезпечить стійкість і розвиток підприємства. Для забезпечення розвитку підприємства, компанія повинна орієнтуватись на надання саме тих послуг, які будуть задовільняють існуючі потреби на ринку.

Один із найбільш широко розповсюджених методів оцінки якості різноманітних видів діяльності диверсифікованої компанії є портфельний аналіз підприємства методом «Shell». Портфельний аналіз організації являється важливим інструментом стратегічного управління, так як він відображає взаємозалежність між окремими частинами бізнесу. Використовуючи аналізу портфеля компанії можна збалансувати такі важливі фактори, як відновлення або відмирання окремих видів діяльності, а також ризики надходження коштів.

Модель «Shell» – DPM включає оцінку віддачі інвестицій і оцінку грошового потоку. Одна з переваг цієї моделі – це можливість її використання в будь-якій фазі життєвого циклу товару. Використовуючи цю модель, компанія може вибрати потрібну стратегію: орієнтація на життєвий цикл потрібного виду послуг або грошового потоку.

Щоб сформувану цю матрицю (рис. 3.3), для початку потрібно створити таблицю з потрібними показниками (табл. 3.1). Оцінюється показники по шкалі від одного до десяти, де максимальною кількістю балів за кожною групою показників є 10 балів.

Середній показник перспектив розвитку галузі – 7,67 балів, показник конкурентоспроможності – 6,33.

Спираючись на результати дослідження, ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» потрібно визначити необхідну стратегію, використовуючи отриманні дані. Показник перспективи розвитку галузі знаходиться на досить високому рівні і свідчить про те що у даній галузі є перспективи для розвитку. Тоді як, показник конкурентоспроможності знаходиться на середньому рівні. Використовуючи

матрицю «галузева привабливість – конкурентоспроможність»(рис. 3.3) перетин вищезгаданих показників свідчить, про рекомендовану стратегії для успішного продовження керуванням фірми. Грунтуючись на результатах показників конкурентоспроможності і перспективи розвитку галузі, компанії потрібно обрати стратегію посилення активності на ринку.

Таблиця 3.1

Оцінка показників перспективи розвитку в галузі і конкурентоспроможності

Показники	Кількість балів
Показники перспективи розвитку галузі	
1. Зростання ринку	8
2. Якість ринку	8
2.1. Стабільність прибутковості	7
2.2. Прихильність покупців	9
2.3. Відношення покупців до торгової марки	9
2.4. Рівень зміни товарами-субститутами	6
2.5. Технологічні обмеження	7
2.6. Розвиток бізнесу, пов'язаного з після продажним обслуговуванням	8
3. Пропозиція на ринку	7
Показники конкурентоспроможності	
1. Ринкова позиція	6
1.1. Частка ринку	5
1.2. Збутова мережа	6
1.3. Мережа після продажного обслуговування	7
2. Виробничі можливості	7
2.1. Економічні показники підприємства	6
2.2. Доступність сировинних ресурсів	8
2.3. Можливості вносити зміни у продукти	7
3. Інжиніринг і підтримуючі послуги	6
3.1. Можливості по відношенню до ринкового положення	6
3.2. Здібності до виробничих інновацій	6
3.3. Якість продукції	7

Джерело: розроблено автором за даними [7]

ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» повинно використати стратегію диверсифікації, що передбачає розширення асортименту наданих послуг із одночасним освоєнням нових ринків. Компанії ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» потрібно освоювати нові ринки і

розширити асортимент своїх послуг. Звісно для цього потрібні кошти тому потрібно створити майбутній план дій і шукати інвесторів.



Рис. 3.3. Матриця «галузева привабливість – конкурентоспроможність»

Джерело: розроблено автором на основі [7]

На даний момент на ринку поліграфічних послуг України не так багато масштабних поліграфічних підприємств. Звісно є лідери на ринку, наприклад Арт-Пресс та Vesna. Ми живемо в епоху постійного розвитку технологій і саме зараз відбувається швидкий розвиток ринку поліграфічних послуг.

Ми вже знаємо, що ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» займається переважно друком на тканині та виготовленням рекламної продукції. Проте це зовсім мала частина структури поліграфії.

Проаналізувавши послуги великих поліграфічних підприємств та сучасних трендів я склав список нових методів та послуг, за допомогою яких ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» може стати одним з провідних поліграфічних підприємств України.

Розвиток нових поліграфічних послуги передбачає наступні їх види.

1) Цифровий друк В2.

Технологія цифрового друку передбачає виготовлення поліграфічної продукції з використанням цифрового обладнання. Машина виконує друк з файлів в електронному вигляді за технологією нанесення фарбового покриття без застосування постійних друкованих форм. Даний вид поліграфії відмінно підходить для малих обсягів і дозволяє в мінімальні терміни отримати гарантовано якісні відбитки, які відповідають найбільш високим вимогам замовника.

Технологія цифрового офсетного друку дозволяє з мінімальним бюджетом замовити поліграфічну продукцію для презентацій, рекламних акцій, стати більш відомими та впізнаваними. Цифровий друк формату В2 застосовується у виробництві папок, плакатів, афіш, буклетів, візиток, рекламних банерів, листівок, упаковки, фірмових бланків, конвертів, канцелярських папок, газет, журналів і багатьох інших виробів.

2) Друк білилами.

Друк білим кольором на темних матеріалах – одна з найбільш проблемних зон в поліграфії, але й багатообіцяючою. Змішання традиційних тріадних фарб не дозволяє отримати потрібний ефект, тому підключаються до виконання завдання додаткові друковані секції або технології.

3) Друк на металізованому картоні;

Основою металізованого картону є ламінований металізованими плівками картон. Найбільш популярні - золота і срібна плівки, які спочатку ламінуються на картон, а потім ламінований картон піддається друку фарбами УФ-полімеризації. Упаковка з такого матеріалу виглядає дуже ефектно і виділяє товар на полиці. Так як металізований картон має невбираючу поверхню, то технологія друку схожа з друком по пластику. Матеріал піддається обробці коронарним розрядом, що збільшує поверхневий натяг і адгезію. Висока якість друку забезпечується поєднанням правильно підібраної фарби, зволожуючого розчину і матеріалу. При роботі з металізованим картоном використовуються, як правило,

офсетний друк УФ-фарбами, а також доступні варіанти післядрукарської обробки: тиснення фольгою, конгрев, УФ-лакування.

Друк на металізованому картоні застосовується при виготовленні: упаковки для косметики і парфумерії, кондитерських виробів, дитячих товарів, POS-матеріалів і рекламної поліграфії, листівок, наклейок та багато іншого. На виготовлення такої продукції, як підоснови для харчових продуктів з металізованого картону, в Україні також є попит. Металізований картон додає зовнішньому вигляду товару презентабельності, тому часто використовується при упаковці продукції преміум-сегмента. Добре піддається післядрукарській обробці; має захисні властивості від вологи і УФ-променів. Дозволяє створити ефект обсягу і простору зображення, посилює захист товару від підробок.

4) Флексографія;

Флексографія - технологія, яка характеризується прямим високим ротаційним друком фарбами миттєвого висихання. Для флексодруку використовуються тільки водорозчинне і УФ-чорнило, виготовлене на водній основі. Крім особливого виду фарб, дана технологія вимагає наявності спеціального обладнання - машини флексографічного друку [29].

Також для підвищення ефективності використання фінансових ресурсів на підприємстві, можна запропонувати такі напрямки та шляхи підвищення ефективності використання фінансових ресурсів:

- зменшення дебіторської заборгованості;
- вкладення коштів на депозит;
- зменшення поточних зобов'язань.

Одним із способів підвищення ефективності використання фінансових ресурсів ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» може стати зменшення дебіторської заборгованості, а також усіх інших зобов'язань, що виникають в результаті розрахунків з постачальниками, підрядниками, покупцями, фінансовими установами та іншими суб'єктами ринку.

Виникнення дебіторської заборгованості обумовлене часовим лагом між прийняттям на себе відповідальності та її фактичним виконанням, яке

передбачають договірні відносини. Більшість підприємств ставить пріоритетним завданням зменшення дебіторської та кредиторської заборгованості, адже накопичення подібних боргів загрожує тим, що організації доведеться втратити значний обсяг грошових коштів з обороту підприємства на невизначений термін. В кінцевому підсумку це негативно відобразиться на плануванні фінансової діяльності компанії.

Для управління дебіторською заборгованістю необхідно розробити заходи щодо зменшення простроченої чи сумнівної заборгованості. Для цього використовуються наступні методи:

- юридичні – претензійна робота, подача позову до суду;
- економічні – фінансові санкції (штраф, пеня, неустойка), передача в заставу майна і майнових прав, призупинення постачань продукції;
- психологічні – нагадування по телефону, факсу, пошті, використання ЗМІ чи поширення інформації серед суміжних постачальників, що загрожує боржнику втратою іміджу;
- фізичні – арешт майна боржника, застосований органами державної виконавчої служби.

Застосування перерахованих вище методів залежить від строку заборгованості. До простроченої та сумнівної дебіторської заборгованості, згідно з запропонованим алгоритмом, рекомендується застосовувати всі вказані методи впливу на боржників [30].

Для розрахунку потенційного обсягу грошових коштів, що надійдуть на підприємство після погашення дебіторської заборгованості контрагентами в результаті запропонованих процедур, використаємо метод інтервального прогнозу з використанням середньо-квадратичного відхилення.

В якості вхідних даних, використаємо - обсяг дебіторської заборгованості за 2015-2019 роки. Для визначення потенційного зниження дебіторської заборгованості в результаті запроваджених рекомендацій, розрахуємо середньоквадратичне відхилення за визначений термін:

$$a = \sqrt{\frac{(566,4-855,28)^2 + (531,6-855,28)^2 + (1342,4-855,28)^2 + (1015,7-855,28)^2 + (820,3-855,28)^2}{5}} = 214,7$$

Отже, в результаті проведення вищезазначених заходів щодо стягнення дебіторської заборгованості, у прогнозованому періоді очікується повернення 214,7 тис. грн. дебіторської заборгованості, що, відповідно, призведе до скорочення дебіторської заборгованості на 26,1%.

Ще одним способом збільшення прибутковості та підвищення ефективності використання фінансових ресурсів ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», може виступати вкладення вільних коштів на депозит. Даний спосіб полягає у виділенні вільних коштів та розміщення їх на певний строк під відсотки у банк, з метою ефективного використання фінансового ресурсу та отримання прибутку. У світовій практиці кількість різноманітних депозитів, призначених для залучення коштів клієнтів, сьогодні перевищує тридцять, при чому кожен з них має 77 особливості, що цілком відповідають потребам клієнтів при здійсненні грошових заощаджень та оплати за послуги. Але залежно від терміну і порядку вилучення коштів, депозити поділяються на строкові вклади та депозити до запитання. Депозит до запитання – це кошти, що залучені на депозит без визначеного строку погашення та поповнюються і використовуються власниками залежно від потреби в цих коштах. Саме тому даний вид вкладів так цінується серед більшості вкладників. Однак крім цих переваг, є недолік – це нижча ставка за відсотками. Тому прибутковість вкладів до запитання безпосередньо залежатиме від суми інвестування та строків розміщення даного депозиту. Строковий вклад – це депозит, на який розміщуються грошова сума на певний період часу (місяць, півроку, рік тощо). При здійсненні такого інвестування, процентна ставка стає значно вище, однак у тому випадку, якщо інвестор захоче достроково зняти кошти зі свого рахунку, він втрачає можливість отримати прибуток за вкладом.

Дане підприємство не пов'язане з жодним банком, але в результаті впровадження наданих рекомендацій, очікується вивільнення грошових коштів, скорочення витрат та підвищення доходів ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

Висновки до розділу 3

Виявлено, що в діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» існують вагомі проблеми з фінансовими показниками за звітній період. Причини яких зумовлені кризою останніх років в Україні, низьким попитом на продукцію підприємства. Обґрунтована необхідність планування, розробки та впровадження стратегії – як виду управлінської діяльності, що вимагає значних зусиль і витрат часу. Головна ж умова ефективного функціонування системи стратегічного планування – це постійна увага до нього з боку вищих керівників, уміння їх довести необхідність планування залучити до вироблення і реалізації стратегії широке коло співробітників. Вибір стратегії фірми здійснюється керівництвом на основі аналізу ключових факторів, що характеризують стан фірми.

У процесі дослідження діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» розроблено показники перспективи розвитку галузі. Показники конкурентоспроможності знаходяться на середньому рівні. Використовуючи матриця «галузева привабливість – конкурентоспроможність» перетин вищезгаданих показників свідчить, про рекомендовану стратегії для успішного продовження керуванням фірми.

Грунтуючись на результатах показників конкурентоспроможності і перспективи розвитку галузі, компанії потрібно обрати стратегію посилення активності на ринку. Але наш показник ймовірності банкрутства є дуже високим і загрожує підприємству банкрутством. Тому я вирішив, що підприємству потрібно зміцнювати свої позиції на вітчизняному ринку. При потрібному залученні інвестиції в розвиток підприємства, ТОВ«ОЛ-ПРИНТ» має всі шанси стати одним з провідних підприємств України в сфері поліграфічних послуг.

Запропоновано такі напрями та шляхи підвищення ефективності використання фінансових ресурсів: зменшення дебіторської заборгованості; вкладення коштів на депозит; зменшення поточних зобов'язань. Кожен з даних пунктів був охарактеризований та спрогнозований саме для підприємства «ОЛ-ПРИНТ». Варто також пам'ятати, що дане підприємство і галузь не є привабливою для інвесторів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В Україні необхідно на державному рівні сприяти розвитку малого підприємництва з метою розбудови високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на глобальному ринку. Основними напрямками повинні стати стимулювання інноваційної активності малих підприємств, формування сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату та нормативно-правового середовища. Сьогодні в Україні необхідні нетрадиційні заходи, нові законодавчі акти, спеціальні нові організаційні структури, які повинні сконцентрувати увагу на існуючих проблемах правового використання конкурентного законодавства стосовно розвитку малого бізнесу.

Стосовно ринку поліграфії отримані результати дають можливість стверджувати, що в світовому масштабі обсяги поліграфічної продукції поступово зростають, але темпи цього зростання є незначними. Україна за кількістю поліграфічних підприємств та кількістю працюючих поступається в Європі тільки Німеччині та Польщі, але за ефективністю роботи має невисокі показники у порівнянні з європейськими виробниками.

Охарактеризовано тенденції в поліграфічній промисловості спричинені загальним зниженням інтересу суспільства до читання, недостатньою державною підтримкою галузі, низькою конкурентоспроможністю вітчизняної продукції через постійне зростання цін на неї, зменшенням реальних доходів населення та появою інноваційних видів друку, переходом друкованих ЗМІ в онлайн формат, відсутністю координації дій учасників видавничо-поліграфічної діяльності тощо. Таким чином, актуальними є подальші пошуки у напрямку підвищення економічного потенціалу вітчизняних поліграфічних підприємств. В умовах НТП та інформаційних технологій, вітчизняним поліграфічним підприємствам буде важко зберігати конкурентоспроможність та ефективність функціонування.

Аналіз даних ТОВ "ОЛ-ПРИНТ" на основі балансу та звіту за 2015-2019 років показав, що більшість показників перебувають в дуже поганому стані.

Фінансовий стан підприємства можна охарактеризувати як незадовільний, структура капіталу свідчить, що показники фінансової стійкості трохи нижче норми, але показують позитивну динаміку протягом досліджуваного періоду. Підприємство залежне від короткострокових та довгострокових кредитів, не в змозі виконати в повній мірі свої поточні зобов'язання. Підприємство нарощувало капітал, але дохідність залишається приблизно на одному рівні, попри прибуткову діяльність показники рентабельності низькі. Не дивлячись на низькі показники фінансового стану, підприємство продовжує розширювати свою діяльність.

У процесі дослідження діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» було розроблено показники перспективи розвитку галузі знаходиться на досить високому рівні і свідчить про те що у даній галузі є перспективи для розвитку. Показники конкурентоспроможності знаходиться на середньому рівні. Грунтуючись на результатах показників конкурентоспроможності і перспективи розвитку галузі, компанії потрібно обрати стратегію посилення активності на ринку. Але наш показник ймовірності банкрутства є високим і загрожує підприємству банкрутством. Підприємству потрібно зміцнювати свої позиції на вітчизняному ринку. При потрібному залученні інвестиції в розвиток підприємства, ТОВ«ОЛ-ПРИНТ» має всі шанси стати одним з провідних підприємств України в сфері поліграфічних послуг.

Запропоновано такі напрями підвищення ефективності використання фінансових ресурсів підприємства «ОЛ-ПРИНТ».: зменшення дебіторської заборгованості; вкладення коштів на депозит; зменшення поточних зобов'язань. Стан використання фінансових ресурсів підприємства знаходиться на низькому рівні. Грунтуючись на результатах показників конкурентоспроможності і перспективи розвитку галузі, компанії потрібно обрати стратегію посилення активності на ринку. Але наш показник ймовірності банкрутства є дуже високим і загрожує підприємству банкрутством. При залученні інвестиції в розвиток підприємства, ТОВ«ОЛ-ПРИНТ» має всі шанси стати більш економічно успішним підприємством України в сфері поліграфічних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буряк С. Аналітичний огляд книговидавничої діяльності за підсумками 2015 року [Текст] / С. Буряк // вісник книжкової палати. – 2019. – № 4. – с. 9-17.
2. Базилюк В. Б. Особливості функціонування та трансформації підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інституційних перетворень [Текст] / В. Б. Базилюк // Хмельницький: вісник хмельницького національного університету. – 2015. – с. 221-224.
3. Барабась Д. О. Конкурентні стратегії підприємства / Д.О. Барабась // Стратегія економічного розвитку України: Науковий збірник. – Вип. 2-3. – К.: КНЕУ, 2010. – С. 201-208
4. Вишлінський Г., Яблоновський Д., Прохоров Б. Як малим та середнім підприємствам України стати національними та глобальними чемпіонами? Проект "Побудова мостів в державній політиці: Україна" реалізується за фінансової підтримки Foundation Open Society Institute в співпраці з OSIFE при Open Society Foundation. Центр економічної стратегії. Аналітичні записки. 2019. с. 48
5. Гуткевич С. О. Інвестування: теорія і практика : [навч. посіб.] / С. О. Гуткевич. - 2 вид., допов. - Полтава : АСМІ, 2011.
6. Дикань О. В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення / Дикань О. В. // Вісник економіки транспорту і промисловості – 2017. – № 57. – С. 58-66.
7. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : Навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2011.– с. 440
8. Коробов, М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства [Текст] / М. Я. Коробов. – К.: Знання, 2000. – 294 с.
9. Косович Б. І., Дмитрук В. О. Ризики розвитку малого підприємництва в сучасних умовах глобалізації. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 88-92

10.Крисак А. О. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / Крисак А. О., Мусятовська О. С. // Економіка та держава. – 2018. – № 12. – С. 68-73.

11.Кушнір О. К. Малий бізнес в Україні: проблеми розвитку. О. К. Кушнір. Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. *Економічні науки*. 2015. Вип. 10. С. 178-182.

12.Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності підприємств промисловості: навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 328 с.

13.Мелень О. В., Абрамова О. В. Мале підприємництво в Україні: проблеми та можливість ефективного функціонування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2016. Вип. 16(2). С. 61-63.

14.Михасюк І., Косович Б. Державне регулювання сучасних тенденцій розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка, 2019, Вип. 57, С. 49-59.

15.Стецюк П. Теорія та практика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств: [монографія]. Київ: ННЦ ІАЕ, 2008. С. 386

16.Ткаченко Т.П. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні / Ткаченко Т. П., Коляденко І. І. // Сучасні проблеми економіки і підприємництво. – 2016. – №18. – С. 152-158.

17.Фінансовий аналіз. Навчальний посібник / М. Р. Лучко, С. М. Жукевич, А. І. Фаріон – Тернопіль:, ТНЕУ, – 2016 – 304 с

18.Швайка Л. А. економіка видавничо-поліграфічної галузі / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет. – Львів: укр. акад. друкарства, 2012. – 480 с

19.Швець Н. В. Малий бізнес в Україні: аналіз стану та тенденції. Н. В. Швець, А. В. Ізюмська. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 2. С. 108-117.

20.Григорьев В. В. российская полиграфия. состояние, тенденции, перспективы / в. в. григорьев // отраслевой доклад – 2017. – с. 112

21. Григорьев В. В. российская полиграфия. состояние, тенденции, перспективы / В. В. Григорьев // отраслевой доклад – 2017. – с. 74

22. Гуткевич С. А. Инвестиционная привлекательность аграрного сектора экономики : [монография] / С. А. Гуткевич. - Киев : Изд-во Европ. ун-та, 2003.

23. Фасхиев Х. Модель управления конкурентоспособностью предприятия / Х. Фасхиев // Проблемы теории и практики управления. – 2015.

24. Громадський простір. Level of trust in public institutions and electoral orientation of Ukrainian citizens — research [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.prostir.ua/news=riven>

25. Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

26. Дослідження читання книжок в Україні – 2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.slideshare.net/Kyivstar/report-gfk-reading2018for-uploading-38932265>.

27. Економічні показники діяльності підприємства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekon.in.ua/ekonomichni-pokazniki-diyalnosti-pidpriyemstva-ta-shlyahi-yih.html>.

28. Огляд ринку. книговидання. електронний ресурс. – режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26190>.

29. ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://flags-ua.com/>

30. Управління дебіторською заборгованістю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsii.org/2-3252.html>.

31. Сублимация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mysub.ru/staty/preimndossublpech>

32. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. "The German Mittelstand as a model for success", SME Policy, [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Dossier/smepolicy.html/>

33. Printing House [Electronic resource]. - Access mode: <https://pr-home.ru/sublimacionnaja-pechat-na-tkani.html>

34. Printing in Canada Industry Market Research Report from IBISWorld Has Been Updated [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.nbc4i.com/story/28152514/printing-in-canada-industry-market-research-report-from-ibisworld-has-been-updated>. - Title from screen.

35. Printing in the US [Electronic resource] : Market Research Report // IBISWorld : Where knowledge is power. - Access mode: <http://www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid=433>. - Title from screen.

36. Printing industry in Poland [Electronic resource] : The analysis by KPMG in Poland and PBKG (Polish Guild of Gutenberg Knights). - Access mode: <http://www.kpmg.com/PL/pl/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/2012/Rynek-poligraficzny-w-Polsce-2012.pdf> - Title from screen.

ДОДАТКИ

ДОДАТКИ

Додаток А

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5709,2	6630,8	7245,0	11610,0	13928,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3214,1	6024,6	6673,2	9664,1	13594,0
Валовий: прибуток	2090	2495,1	606,2	571,8	1945,9	334,5
збиток	2095	()	()	()	()	()
Інші операційні доходи	2120	513,1	235,2	333,4	415,4	518,6
Адміністративні витрати	2130	222,1	227,0	262,0	324,6	356,9
Витрати на збут	2150	()	()	()	()	()
Інші операційні витрати	2180	10,1	12,6	13,2	18,9	22,8
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	2776,0	601,8	630,0	2017,8	473,4
збиток	2195	()	()	()	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200					
Інші фінансові доходи	2220	56,1	133,1			
Інші доходи	2240	33,2	176,8	251,1	580,0	618,6
Фінансові витрати	2250	()	()	()	()	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()	()	()	()
Інші витрати	2270			0,0	365,8	380,5
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2865,3	911,7	881,1	2232,0	711,5
збиток	2295	()	()	()	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	716,3	0,0		427,0	526,0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305					
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2149,0	911,7	881,1	1805,0	185,5
збиток	2355	()	()	()	()	()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400					
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405					
Накопичені курсові різниці	2410					
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415					
Інший сукупний дохід	2445					
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450					
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455					
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460					
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2149,0	911,7	881,1	1805,0	185,5

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Матеріальні затрати	2500	2014,0	3816,0	4814,0	5514,1	6215,0
Витрати на оплату праці	2505	412,0	1116,0	542,0	2216,1	2899,0
Відрахування на соціальні заходи	2510	156,6	424,1	206,0	842,1	1101,6
Амортизація	2515	311,0	510,1	517,4	522,4	544,0
Інші операційні витрати	2520	320,5	158,4	593,8	569,4	2834,4
Разом	2550	3214,1	6024,6	6673,2	9664,1	13594,0

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Середньорічна кількість простих акцій	2600					
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605					
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610					
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615					
Дивіденди на одну просту акцію	2650					

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

АКТИВ

Актив	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи	1000	0,0	64,2	64,1	55,8	52,2
первісна вартість	1001	0,0	64,2	64,1	64,1	58,7
накопичена амортизація	1002	0,0	0,0	0,0	8,3	6,5
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5498,6	3992,1	2458,4	3214,1	3451,7
Основні засоби	1010	69941,8	74169,7	78455,7	86200,1	86863,6
первісна вартість	1011	70139,7	74393,9	78752,0	86547,4	87250,4
знос	1012	197,9	224,2	296,3	347,3	386,8
Інвестиційна нерухомість	1015					
Довгострокові біологічні активи	1020					
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0,0	0,0	5128,0	0,0	0,0
інші фінансові інвестиції	1035					
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040					
Відстрочені податкові активи	1045					
Інші необоротні активи	1090	6585,1	6743,2	8540,0	7028,1	6704,2
Усього за розділом I	1095	82025,5	84969,2	94646,2	96498,1	97071,7
II. Оборотні активи						
Запаси	1100	487,8	229,1	163,6	189,4	196,2
Поточні біологічні активи	1110					
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0,0	0,0	713,6	562,7	416,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0,0	0,0	12,0	6,8	4,2
з бюджетом	1135	85,9	37,2	16,4	12,9	12,2
у тому числі з податку на прибуток	1136					
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	480,5	494,4	600,4	433,3	387,7
Поточні фінансові інвестиції	1160					
Гроші та їх еквіваленти	1165	9,7	12,4	19,1	17,4	15,6
Витрати майбутніх періодів	1170	0,0	0,0	220,0	196,0	194,5
Інші оборотні активи	1190	836,7	778,0	225,6	137,2	128,9
Усього за розділом II	1195	1900,6	1551,1	1970,7	1555,7	1355,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200					
Баланс	1300	83926,1	86520,3	96616,9	98053,8	98427,2

Додаток Б (продовження)

ПАСИВ

Пасив	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
I. Власний капітал						
Зареєстрований капітал	1400	13569,4	13569,4	13569,4	13589,4	13645,4
Капітал у дооцінках	1405					
Додатковий капітал	1410	5645,2	7108,3	6580,0	6585,4	6597,4
Резервний капітал	1415	0,0	10,0	0,0	250,0	250,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	475,6	564,6	1445,7	3250,7	3945,2
Неоплачений капітал	1425	()	()	()	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()	()	()	()
Усього за розділом I	1495	19690,2	21252,3	21595,1	23675,5	24438,0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500					
Довгострокові кредити банків	1510					
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0,0	0,0	1633,6	1795,0	1848,5
Довгострокові забезпечення	1520					
Цільове фінансування	1525					
Усього за розділом II	1595	0,0	0,0	1633,6	1795,0	1848,5
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600					
Поточна кредиторська заборгованість за:						
довгостроковими зобов'язаннями	1610	178,7	248,0	0,0	246,0	198,9
товари, роботи, послуги	1615	63640,0	63784,0	56078,0	58125,0	58465,3
розрахунками з бюджетом	1620	13,0	20,0	75,2	25,0	18,5
у тому числі з податку на прибуток	1621					
розрахунками зі страхування	1625	54,0	64,0	60,0	47,0	38,5
розрахунками з оплати праці	1630	72,8	84,4	194,0	79,0	53,0
Поточні забезпечення	1660					
Доходи майбутніх періодів	1665	64,0	620,0	697,0	450,0	468,0
Інші поточні зобов'язання	1690	213,4	447,6	16284,0	13611,3	12898,5
Усього за розділом III	1695	64235,9	65268,0	73388,2	72583,3	72140,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700					
Баланс	1900	83926,1	86520,3	96616,9	98053,8	98427,2