

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ПОТЕНЦІАЛ СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У
МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ**

(на матеріалах ТОВ «ЛІЗ-МАШ», м. Новоукраїнка,
Кіровоградська область)

Студентки 2 курсу, 8 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний
бізнес»

Самойленко Юліана
Вікторівна

підпис

Науковий керівник
доктор економічних наук,
доцент

Бохан Аліна
Василівна

підпис

Гарант освітньої
програми
доктор економічних наук,
професор

Калюжна Наталія
Геннадіївна

підпис

Київ 2021

АНОТАЦІЯ

Самойленко Ю.В. «Потенціал середнього підприємства у міжнародному бізнесі» (на матеріалах ТОВ «ЛІЗ-МАШ» м. Новоукраїнка). Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра. Київський національний торговельно-економічний університет, 2021.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена дослідженню процесу формування потенціалу середнього підприємства у міжнародному бізнесі. У роботі здійснено дослідження теоретично-методологічних підходів до формування потенціалу середнього підприємства та представлено результати аналізу фінансового стану ТОВ «ЛІЗ-МАШ».

У другому розділі роботи представлено результати оцінки сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «ЛІЗ-МАШ» та обґрунтовано вибір країн-контрагентів у контексті вдосконалення ефективності експортної діяльності підприємства.

У третьому розділі представлено комплекс заходів щодо вдосконалення експортної діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» та представлено прогнозну оцінку запропонованих заходів.

Ключові слова: *потенціал підприємства, експортна діяльність, міжнародний бізнес*

ANNOTATION

Samoilenko Y. «Potential of a medium-sized enterprise in international business» (on the materials of LLC «LIZ-MASH», Novoukrainka) Final qualification paper for a master's degree. Kyiv National University of Trade and Economics, 2021.

The final qualification paper is devoted to the study of the process of forming the potential of a medium-sized enterprise in international business. The study of theoretical and methodological approaches to the formation of the potential of medium-sized enterprises and presents the results of the analysis of the financial condition of LLC «LIZ-MASH» is presented.

The second section presents the results of the assessment of the favorable business environment of LLC «LIZ-MASH» and substantiates the choice of contracting countries in the context of improving the efficiency of export activities of the enterprise.

The third section presents a set of measures to improve the export activities of LLC «LIZ-MASH» and presents a forecast assessment of the proposed measures.

Key words: *enterprise potential, export activity, international business*

ЗМІСТ:

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ І СТРУКТУРИ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІЛУ РОЗВИТКУ ТОВ «ЛІЗ-МАШ»	5
1.1. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу середнього підприємництва	5
1.2. Аналіз фінансової та міжнародної діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ»	11
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВ «ЛІЗ-МАШ»	18
2.1. Дослідження умов сприятливості ведення міжнародного бізнесу ТОВ «ЛІЗ-МАШ».....	18
2.2. Вибір країн-контрагентів у контексті вдосконалення ефективності експортної діяльності підприємства	23
Висновки до розділу 2.....	28
РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗМІЦНЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТОВ «ЛІЗ-МАШ» У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.....	29
3.1. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення діяльності та зміцнення потенціалу ТОВ «ЛІЗ-МАШ».....	29
3.2. Прогнозна оцінка запропонованих заходів.....	36
Висновки до розділу 3.....	41
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
ДОДАТКИ	50

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин, зростає увага до проблеми функціонування середнього підприємництва. Загострення міжнародної конкуренції та зміна соціально-економічних умов розвитку, зумовлює необхідність пошуку нових механізмів акумуляції ресурсів, які можуть бути використанні для покращення діяльності підприємств. За темпами розвитку середнього бізнесу Україна суттєво відстає від провідних країн світу. Для управління таким процесом потрібний надійний організаційно-економічний механізм формування та реалізації потенціалу суб'єкта господарювання. Ураховуючи, що потенціал є базовим елементом підприємства, у своїй субстанції він поєднує мету, рушійну силу і джерело його розвитку. Потенціал співвідноситься із цілями стратегії і є основою для її розробки і реалізації. При виході на міжнародний ринок підприємство повинно звернути увагу на розвиток власного потенціалу з метою покращення конкурентоспроможності.

Дослідженням даної проблематики займалися наступні вчені: Агеева Є.Я., Багрова І.В., Богач А.М., Бойчик І.М., Борисенко О.Л., Вакульчик О.М., Вергун В.А., Вівчар О.І., Вороніна А.В., Воронкова А.Е., Воронкова О.Н., Дем'янченко А.Г., Дідківський М.І., Дятлова В.В., Ефремов В.В., Захаров К.В., Зеркалов Д.В., Кизим М.О., Книшек О.О., Козак Ю.Г., Кравченко В.Л., Крилова Н.В., Липов В.В., Лисиця Н.Р., Макогон Ю.В., Машталір Я.П., Мельник Л.Г., Михайлов В.С., Несторишен І.В., Новикова М.В., Новицький В.С., Пазуха М.Д. та інші науковці.

Мета дослідження випускної кваліфікаційної роботи є особливості формування потенціалу середнього підприємництва у міжнародному бізнесі та розробка заходів щодо його покращення.

Для досягнення мети були сформовані наступні **завдання**:

- дослідити теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу середнього підприємництва;
- проаналізувати фінансову та міжнародну діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ»;

- дослідити умови сприятливості ведення міжнародного бізнесу ТОВ «ЛІЗ-МАШ»;
- проаналізувати вибір країн-партнерів ТОВ «ЛІЗ-МАШ» в контексті активізації середнього підприємництва;
- розробити комплекс заходів щодо вдосконалення діяльності та зміцнення потенціалу ТОВ «ЛІЗ-МАШ»;
- надати прогностичну оцінку запропонованим заходам.

Об'єкт дослідження: процес розвитку потенціалу середнього підприємництва у міжнародному бізнесі.

Предмет дослідження: є теоретико-методологічні аспекти розвитку потенціалу середнього підприємництва у міжнародному бізнесі.

Методи дослідження: у процесі дослідження були використані загальнонаукові методи теоретичного узагальнення та порівняння; статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу та інші методи наукового пізнання.

Інформаційну базу дослідження склали нормативно-правові акти, навчальні посібники, вісники, підручники, наукові статті, монографії, енциклопедичні словники, практичні посібники, електронні наукові видання, конспекти лекцій.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його наукові результати та запропоновані пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ», м. Новоукраїнка.

Апробацію результатів дослідження: Самойленко Ю.В. «Види потенціалу середнього підприємства у сфері міжнародного бізнесу» // Транснаціоналізація світової економіки: зб. наук. с. студ. / відп. ред. Г.В. Дугінець. – Київ: Київ. нац. торг. - екон. ун-т, 2021 – 173-179 с.

Структура випускної кваліфікаційної роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, 12 таблиць, 5 рисунків, списку використаної літератури із 42 джерел, 3 додатків. Загальний обсяг роботи становить 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ І СТРУКТУРИ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІЛУ РОЗВИТКУ ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

1.1. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу середнього підприємництва

Будь-який процес наукового дослідження потребує комплексного підходу на основі певної методології. Використання методів економічного аналізу розвитку потенціалу середнього бізнесу є важливим як на мікроекономічному рівні (збільшення обсягів продажів і прибутку), так і на макрорівні, перш за все, структурні перетворення в національній економіці та суспільстві. Серед загальнонаукових методів слід виділити системні та логічні методи наукового дослідження, за допомогою яких середні підприємства аналізуються з єдиного цілого та в логічній послідовності. Важливим є використання методів індукції, дедукції, гіпотези, синтезу, аналізу, експерименту, узагальнення тощо. Поєднання комплексу загальнонаукових та спеціально наукових методів дозволяє найбільш повно проаналізувати потенціал середнього бізнесу в Україні.

У теорії та практиці доведено, що середні підприємства тісно пов'язані з місцевими ринками, охоплюють майже всі сфери виробництва товарів і послуг на регіональному та внутрішньому рівні, мають високу адаптивність і найбільше зацікавлені в ефективній політиці державного управління, регулювання та підтримки, створення сприятливого бізнес-середовища. На відміну від великих і середніх підприємств, які співпрацюють між собою, малий бізнес, хоча і є одним з основних елементів господарського комплексу, функціонує досить окремо.

Сам термін «потенціал» походить від латинського слова *potencialis* – потужний, що означає приховані можливості, які стають реальністю завдяки роботі, тобто джерела, можливості, резерви, які можна використати для вирішення проблеми, досягнення мети [35].

Розвиток потенціалу середнього бізнесу – це процес виявлення та створення комплексу підприємницьких можливостей, його структурування та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення. При його формуванні необхідно враховувати особливості сектора середнього підприємництва як складної економічної системи економіки країни [31].

Дослідники визначають загальні підходи, які необхідно враховувати в процесі розвитку потенціалу для середнього бізнесу:

- це складна система звичайних характеристик її елементів, які можуть замінювати один одного, тобто бути альтернативними;
- збільшення потужності неможливо механічним додаванням складових елементів, оскільки це динамічне явище;
- на формування потенціалу підприємства діє закон синергії його складових елементів;
- здатність потенціалу підприємства трансформуватися з появою нових складніших елементів;
- функціонуючі елементи потенціалу підприємства не можуть бути розкриті окремо, а лише в їх поєднанні, що вимагає досягнення оптимального збалансованого співвідношення між цими елементами;
- усі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням та розвитком підприємства, тобто, з одного боку, вони схильні до фізичного та морального старіння, а з іншого – чутливі до досягнень науково-технічного прогрес [18].

Традиційно дослідники потенціалу підприємства поділяють його на: економічний, виробничий, кадровий, інноваційний, інтелектуальний, науково-технічний тощо. Це означає, що малий бізнес є частиною соціально-економічної системи кодів: інформаційного потенціалу, фінансового, інвестиційного, науково-технічного, маркетингового, організаційно-управлінського і виробничого потенціалу.

Найважливіші сфери реалізації потенціалу середнього бізнесу: соціальна, інноваційна, фінансова, інвестиційна. Зарубіжний досвід свідчить, що в країнах з розвинутою економікою середній бізнес має значний вплив на розвиток національної економіки, вирішення соціальних проблем, збільшення кількості зайнятих працівників, сприяння конкуренції, поповнення споживчого ринку товарами та послугами. Реалізація потенціалу середнього бізнесу сприяє всебічному розвитку конкурентного економічного середовища, забезпечує необхідну гнучкість і мобільність на ринку, доступність ресурсів, формує здатність генерувати інноваційні ідеї.

Визначення виробничих потужностей оптимізує здатність середніх підприємств залучати та використовувати обмежені фактори виробництва та виробляти максимально можливий обсяг продукції чи послуг. Людський або трудовий потенціал дає змогу оцінити рівень використання потенціалу як окремого працівника, так і сукупності працівників. Надзвичайно важливим є інноваційний потенціал середніх підприємств як поєднання інтелектуальних, технологічних, науково-виробничих ресурсів. Тому в Законі України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності» інноваційний потенціал повністю визначено як сукупність необхідних науково-технічних, соціальних, культурно-освітніх можливостей країни (галузей, регіонів, підприємств тощо) забезпечити інноваційний розвиток усієї національної економіки.

Якщо інфраструктурний потенціал створює сукупні можливості регіону щодо забезпечення умов функціонування сектору середнього підприємництва, то екологічний потенціал підприємства визначає його здатність здійснювати господарську діяльність та задовольняти потреби населення без шкоди для довкілля. Під підприємницьким потенціалом більшість науковців розуміють здатність суб'єктів господарювання виробляти конкурентоспроможну продукцію або надавати послуги, що задовольняють наявні потреби споживачів і сприяють розвитку виробництва через його організацію.

Джерелом інформації, що характеризує стан та динаміку підприємницького потенціалу, є Global Entrepreneurship Monitoring (GEM),

ініційований Лондонською школою бізнесу та Babson College (США), Асоціацією глобальних досліджень підприємництва. На нашу думку, цей моніторинг є цінним критерієм розвитку сектора середнього бізнесу національної економіки України. Вивчення середнього бізнесу передбачає детальний аналіз потенціалу тих, хто здатний відкрити власний бізнес.

У країнах з інноваційною економікою відсоток економічно активного населення, яке планує відкрити власний бізнес, коливається від 4% у Німеччині до 13% у Франції. У країнах, розвиток яких спрямований на підвищення ефективності за рахунок інвестицій (Хорватія, Угорщина, Латвія), частка населення, здатного вести бізнес, не перевищує 10% [22].

Поки що Україна не входить до числа дослідників Global Entrepreneurship Monitor, тому аналіз можна проводити лише за результатами різноманітних опитувань, у тому числі спеціалістів Інституту економіки та прогнозування НАН України і Центр соціального моніторингу. На їхню думку, рівень потенційної готовності до підприємницької діяльності серед економічно активного населення України, на відміну від країн ЄС, досить високий: 38% індивідуальних підприємців відчують себе цілком спроможними організувати підприємницьку діяльність, 72% – приватні підприємців, 25% працівників приватних підприємств, 18% робітників. працівники бюджетної сфери. Проте існують обтяжуючі фактори, що впливають на формування бізнес-середовища [22].

Порівняно з європейськими країнами Україна має низькі показники реалізації підприємницького потенціалу за рівнем фіскального, дозвільного та контрольного навантаження. За статистикою Україна посідає 174 місце із 175 у спрощеній системі сплати податків. Загальна кількість обов'язкових платежів різного рівня сягає 98. Наприклад, в Іспанії, Португалії, Великобританії лише 7, у Латвії – 8, в Естонії – 11. Система оподаткування в Україні не тільки обтяжлива для підприємців, але й значно перешкоджає трансформації малого бізнесу в середній. Однак із запровадженням у 1999 році

спрощеної системи оподаткування були зроблені значні кроки в цьому напрямку [22].

Існуючі методи оцінки потенціалу середнього бізнесу дозволяють дослідникам зробити висновок про необхідність його реалізації в кілька етапів:

- оцінка виробничого потенціалу підприємства, що характеризується обсягом виробленої продукції чи послуг, виробничою потужністю; ступінь використання основних засобів, термін окупності, вартість загальних витрат виробництва, забезпечення діяльності підприємства на ринку.

- оцінка інноваційного потенціалу малого підприємства як сукупності таких показників, як збільшення обсягів реалізації, поліпшення споживчих властивостей продукції, питома вага інноваційних перетворень, ефективність норм і стандартів.

- оцінка фінансового потенціалу підприємства за капіталомісткістю праці, що розраховується за формулою [37]:

$$\Phi = \frac{OK + H3 + IH}{\text{Ч}} \quad (1.1)$$

де ОК – величина оборотних коштів;

НЗ – нарахований знос;

ІН – інвестиційні накопичення;

Ч - чисельність працюючих;

- оцінка маркетингового потенціалу, що характеризується показниками діяльності маркетингових служб підприємства і визначається рівнем достовірності досліджень і рекомендацій, що здійснюються цими службами.

Розраховуємо критерій надійності за прийнятою формулою:

$$M = \frac{\text{Ч}_\Phi}{\text{Ч}_{\text{пр}}} \quad (1.2)$$

де Ч_Φ – фактична частка підприємства на ринку;

$\text{Ч}_{\text{пр}}$ – прогноз частки підприємства на ринку, підготований маркетинговою службою;

- оцінка управлінського потенціалу, яка характеризується ефективністю роботи управлінського колективу і може бути представлена темпами зростання обсягів виробництва;

- оцінка мотиваційного потенціалу визначається продуктивністю праці і розраховується за існуючою формулою:

$$M = \frac{D_n}{D_r} \quad (1.3)$$

де D_n – фактичний дохід підприємства на одного працюючого;

D_r – середньо галузевий дохід на одного працюючого.

Використання цих методик дає змогу оцінити конкурентне середовище середнього бізнесу, особливості його ринкового середовища, дає змогу приймати ефективні управлінські рішення.

Основною складністю аналізу формування потенціалу малих підприємств є необхідність вивчення всіх складових їх взаємозв'язку та динаміки. Тому закономірності формування та розвитку потенціалу можна виявити, вивчаючи його складові та складні взаємозв'язки. А сам потенціал має набувати ознак: узгодженості, інноваційності, нормативності, функціональності, відтворюваності, інтегрованості, комплексності тощо. На нашу думку, середній бізнес використовує свій потенціал як інструмент, за допомогою якого вони розвиватимуться у майбутньому відповідно до змін у зовнішнє чи внутрішнє економічне середовище.

В сучасних умовах дефіциту фінансових та інвестиційних ресурсів використання потенціалу середніх підприємств може позитивно вплинути на збільшення місцевих доходів, створення нових робочих місць, розвиток виробничої та соціальної інфраструктури, підвищення ділової активності населення і в розвитку економіки в цілому. Як продовження обговорення проблеми, що розглядається, ми бачимо у вирішенні питань, які постають перед середнім бізнесом – обмеженість ресурсів. Практика показує, що обмеженість виникає через дисбаланс між постійно зростаючими потребами населення та обмеженими ресурсами середнього бізнесу, які повинні задовольняти ці потреби. Перспектива ефективного використання ресурсного потенціалу середнього бізнесу в Україні здатна забезпечити постіндустріальний етап цивілізаційного розвитку, формуватися на основі надійної науково-методичної бази, прогнозно-інформаційного забезпечення.

1.2. Аналіз фінансової та міжнародної діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

Фінансовий стан підприємства характеризує забезпеченість власними оборотними коштами, оптимальне співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва, а також своєчасне проведення розрахункових операцій і платоспроможність. Оцінка фінансового стану підприємства показує в яких конкретних напрямках потрібно вести цю роботу. Відповідно до цього результати аналізу надають відповідь на питання, які існують найважливіші способи поліпшення фінансового стану підприємства в конкретний період його діяльності.

Підприємство «ЛіЗ-Маш» вже протягом п'яти років займається роботою в галузі альтернативної енергетики та нетрадиційних джерел електричної енергії. За підсумками 2020 р. на електростанції, спроектованій компанією ТОВ «ЛІЗ-МАШ» вироблено 1.67 млн. кіловат-годин зеленої електроенергії. Підприємство співпрацює з місцевими органами влади та розвиває регіон, в якому функціонує.

Хоча підприємство досить молоде, воно збільшує свій фінансовий потенціал, розширює межі діяльності та багато уваги приділяє саме навчанню та покращенню професійних навичок працівників підприємства. Компанія бере участь у міжнародних виставках та конференціях задля співпраці з закордонними компаніями. Також подібна діяльність надає змогу віднайти нових інвесторів та прорекламувати продукцію потенційним покупцям. За 5 років функціонування компанія активно нарощує свій фінансовий потенціал. У період з 2017 до 2020 року чистий прибуток підприємства збільшився на 24%. Щороку ми відстежуємо тенденцію до фінансового зростання, особливо, за період 2019-2020 рр.

За період 2019-2020 рр., ТОВ «ЛІЗ-МАШ» зменшило витрати (на 33% лише за один рік). Доходи кожного року збільшуються майже в два рази, що свідчить про якісний менеджмент та вдалу політику розвитку підприємства (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Фінансові результати ТОВ «ЛІЗ-МАШ» за 2016 - 2020 рр., тис. грн.

Стаття	Обсяг					Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	2016	2017	2018	2019	2020	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2017 / 2016	2018 / 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	-	-	2359,40	4427,90	8132,60	-	2359,40	2068,50	3704,70	-	-	1,9	1,84
Інші операційні доходи	-	-	5,2	9,2	5,6	-	5,20	4,00	-3,60	-	-	1,8	0,61
Інші доходи	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Разом доходи	-	-	2364,60	4437,10	8138,20	-	2364,60	2072,50	3701,10	-	-	1,9	1,83
Собівартість реалізованої продукції	-	-	2198,20	4323,90	3659,70	-	2198,20	2125,70	-664,20	-	-	2,0	0,85
Інші операційні витрати	118	170,2	416,8	897,2	248,3	52,2	416,80	480,40	-648,90	-	-	2,2	0,28
Інші витрати	-	-	6,7	-	-	-	6,70	-	-	-	-	-	-
Разом витратні	118	170,2	2621,70	5221,10	3908,00	52,2	2621,70	2599,40	-1313,10	-	-	2,0	0,75
Фінансовий результат до оподаткування	118	170,2	257,1	784	4 230,20	52,2	257,10	526,90	3446,20	-	-	3,0	5,40
Податок на прибуток	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чистий прибуток (збиток)	118	170,2	257,1	784	4230,20	52,2	257,10	526,90	3446,20	-	-	3,0	5,40

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

Таким чином, у досліджуваними нами періоді підприємство нарощувало свій фінансовий потенціал, зменшувало витрати та збільшувало прибутки. Проаналізувавши показники фінансових результатів діяльності підприємства, можна зробити висновок, що його діяльність є досить прибутковою. З кожним роком. Зниження суми власного капіталу, за умови, що ефективність роботи компанії залишиться на попередньому рівні, призведе до підвищення рентабельності власного капіталу. Зниження виробничих, збутових та інших витрат дозволить підвищити чистий прибуток, як і активізація роботи з нарощування доходу.

Відомості, які наводяться в пасиві балансу, дозволяють визначити, які зміни відбулися в структурі власного і позикового капіталу, скільки залучено в оборот підприємства довгострокових і короткострокових коштів, тобто пасив показує, звідки взяли кошти, спрямовані на формування майна підприємства. Актив балансу містить відомості про розміщення капіталу, наявного в розпорядженні підприємства, тобто про вкладення його в конкретне майно і матеріальні цінності, залишки вільної грошової готівки і т.п. (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Динаміка і структура активів та пасивів ТОВ «ЛІЗ-МАШ»
за 2018-2020 рр. (тис. грн)**

Активи	Роки								
	2018			2019			2020		
	Значення	Структура	Абсолютне відхилення	Значення	Структура	Абсолютне відхилення	Значення	Структура	Абсолютне відхилення
Необоротні активи	7 544,0	38,1%	239,7	10 460,3	25,2%	2 916,3	9 728,1	39,6%	-732,2
Оборотні активи	4 643,6	61,9%	2682,4	3 529,6	74,8%	-1 114,0	6 386,20	60,4%	2 856,6
Пасиви									
Короткострокові зобов'язання	1 732,90	-	1722,7	2 909,30	-	1176,4	733,5	-	-2175,8

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

В першу чергу звертаємо увагу на структуру активів, частка необоротних активів стабільно менша ніж 40%. Отже, структура активів доволі легка, що свідчить про мобільність майна підприємства. Оскільки ТОВ «ЛІЗ-МАШ» щороку розширює свою діяльність ми можемо спостерігати збільшення дебіторської заборгованості, адже зростає число покупців. Станом на 2019-2020 роки ми можемо спостерігати зменшення оборотних та необоротних активів, що нагадує нам про карантинні обмеження, які спричинили труднощі для бізнесу та торгівлі у всьому світі, але дані показники все одно в порівнянні з попередніми роками ситуація стабільно покращується.

Досліджуючи динаміку активів та пасивів ми знову можемо зробити висновок, що компанія не має жодних кредитних зобов'язань, довгострокових

зобов'язань про реструктуризацію, виконання розстрочених судових рішень. Тобто всі свої зобов'язання ТОВ «ЛІЗ-МАШ» виконує в межах звітного періоду. І всі зобов'язання вказані в розділі поточних зобов'язань і забезпечень.

Аналіз показників ліквідності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» свідчить, що у 2020 році підприємство зіткнулось з деякими труднощами, на це вказує чистий оборотний капітал, який знизився у порівнянні з 2019 р..

Варто звернути увагу на коефіцієнт маневреності, який звичайно збільшився у порівнянні з 2019 роком, але ще не відповідає нормі, що вказує на те, що гнучкість для використання коштів недостатня (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «ЛІЗ-МАШ»
з 2016-2020 рр.**

Стаття	Обсяг на 31.12					Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	2016	2017	2018	2019	2020	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Коефіцієнт покриття	14,7	192,3	2,7	3,6	8,7	-177,5	189,6	-0,9	-5,1	13,1	0,0	1,3	2,4
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,43	1,24	1,74	1,69	1,65	-0,19	0,5	-0,05	-0,04	0,87	1,4	0,97	0,98
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,72	0,62	0,02	0,17	0,01	-1,10	-0,59	0,15	-0,16	35,98	3,72	747,40	8,18
Чистий оборотний капітал, тис. грн	4044,7	3392,28	5237,65	5391,52	5056,74	-652,42	1845,37	153,87	-334,77	0,84	1,54	1,03	0,94
Коефіцієнт автономії	0,93	1,00	0,86	0,79	0,95	0,07	-0,14	-0,07	0,16	107,16	85,88	92,33	120,51
Коефіцієнт фінансування	0,33	0,25	0,27	0,23	0,22	-0,08	0,02	-0,04	-0,01	0,76	1,08	0,86	0,94
Коефіцієнт забезпеченості і власними оборотними засобами	0,93	0,99	0,63	0,18	0,89	0,06	-0,37	-0,45	0,71	1,07	0,63	0,28	5,04
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1	0,79	0,28	0,06	0,37	-0,21	-0,51	-0,22	0,31	78,81	35,33	20,11	656,51

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

Показники платоспроможності досліджуваного підприємства знаходилися у межах нормативних значень та мали позитивну динаміку, таким чином, можна констатувати, що фінансовий стан підприємства є стабільним.

Впродовж досліджуваного періоду відслідковується тенденція щодо розвитку компанії та нарощування фінансових можливостей. Головне завдання компанії на даному етапі є ефективне використання вільних грошових коштів. Більшість коефіцієнтів перевищують норму, що свідчить скоріше про накопичення грошових коштів та нерішучий менеджмент компанії.

Варто використати можливість розвитку потенціалу підприємства та розширення його діяльності. Звичайно, що така нерішучість зумовлена зовнішніми факторами та нестабільною ситуацією в економіці як України, так і світу, але подібні кроки можуть призвести до застою, а в майбутньому і до занепаду підприємства (Табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Показники ділової активності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» за 2017 – 2020 рр.

Показник	Значення показника				Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
	2017	2018	2019	2020	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Коефіцієнт оборотності активів	0	1,79	0,99	1,06	1,79	-0,8	0,07	0	55,27	107,53
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0	271,38	4,51	3,8	271,38	-266,87	-0,71	0	0,02	84,27
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0	2,11	1,99	1,94	2,11	-0,12	-0,06	0	0,94	97,21
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	0	0,24	0,22	0,61	0,24	-0,02	0,4	0	91,52	280,52
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,04	0,02	0,06	0,28	-0,01	0,04	0,22	0,66	2,5	4,69
Коефіцієнт рентабельності активів	1,85	0,03	0,07	0,32	-1,82	0,05	0,25	1,41	279,08	439,12
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0	0,11	0,18	0,52	0,11	0,07	0,34	0	162,49	293,77
Коефіцієнт рентабельності обороту	0	1,79	0,99	1,06	1,79	-0,8	0,07	0	55,27	107,53

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

Отже, потенціал підприємства значно зріс у порівнянні з 2017 роком. Знизився коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, отже, підприємство розвивається досить стабільно в позитивному напрямку.

Висновки до розділу 1. Визначено, що достатньо молоде підприємство ТОВ «ЛІЗ-МАШ» розвивається у досить актуальній ніші та швидко розвиває свій потенціал. Варто приділяти достатньо уваги продуктивності використання коштів компанії, адже через нерішучі дії керівництва підприємство не тільки втратить тенденцію до розвитку, але й може опинитися в стані застою.

Обґрунтовано, доцільність розвитку підприємства у сфері зеленої енергетики. Прибутковість та популярність даної сфери у сучасному світі відкриває нові можливості для розвитку підприємства у міжнародному економічному середовищі.

З урахуванням нестабільності економічного простору світу потрібно бути обачним у прийнятті рішень. На даному моменті компанія знаходить у досить важливому етапі – етапі зростання. Саме зараз потрібно розширювати канали збуту, нарощувати обсяги продажу, впроваджувати інновації.

Процес становлення середнього бізнесу в молодій українській державі сьогодні особливо актуальний. В умовах гігантизму, надзвичайно налагоджених економічних зв'язків та кризової економіки, загалом середній бізнес є одним із засобів вирішення багатьох соціально-економічних проблем. Це сприяє послабленню монополістичних тенденцій через розвиток внутрішньогалузевої конкуренції в національному господарстві.

Особлива роль середнього бізнесу полягає в підтримці та розвитку окремих галузей, зокрема торгівлі, послуг та громадського харчування. За часів командної економіки ці галузі розвивалися дуже слабо, оскільки держава орієнтувалася на велике виробництво. Деформацію галузевої структури національної економіки можна виправити за допомогою ефективного малого приватного бізнесу.

Однак, незважаючи на всі позитивні зрушення, середній бізнес стикається з багатьма перешкодами. Його розвиток відбувається нерівномірно, хаотично та суперечливо, державні органи не приділяють йому належної уваги: програми підтримки мають декларативний характер, відсутня координація дій

центральної та місцевої влади, слабка фінансова допомога тощо. Проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «ЛІЗ-МАШ», що працює у сфері фотоелектричних технологій. Впродовж 2016-2020 рр. підприємство було прибутковим та нарощували активи та пасиви. Аналіз показників ліквідності ТОВ «БИО-АГРО» вказує на нерішучість менеджерів підприємства та недостатнє використання ресурсів компанії. Криза останніх трьох років вказала на прогалини в розвитку підприємства та надала змогу переоцінити можливості розвитку підприємства в міжнародному бізнесі.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

2.1. Дослідження умов сприятливості ведення міжнародного бізнесу ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

Тисячі компаній в усьому світі встановили цілі з досягнення вуглецевої нейтральності: запроваджують заходи з енергоефективності, закуповують електроенергію з відновлюваних джерел або виробляють її самостійно, відмовляються від використання викопного палива, електрифікують виробничі процеси й транспорт. Інвестуючи у встановлення ВДЕ, бізнес будь-яких масштабів – від малого до великого індустріального – отримує лише переваги [26].

На тлі постійного зростання цін на енергоносії використати, наприклад, дах свого підприємства для встановлення сонячних панелей – дуже розумне рішення. Це дозволяє частково замінити споживання «брудної» електроенергії на «зелену» та зекономити на витратах на енергоносії. ТОВ «ЛІЗ-МАШ» вже протягом п'яти років займається роботою в галузі альтернативної енергетики та нетрадиційних джерел електричної енергії. Компанія не є посередником та не здійснює співпраці з іншими посередниками, тому надає широкий спектр послуг з підбору, продажу та постачання обладнання для сонячних електростанцій кінцевому споживачу. Під час революції у сфері генерації струму з сонячної енергії 2015-2016 рр., компанія змогла удосконалити технології, внаслідок будівництва великими компаніями-виробниками інноваційних заводів, які збільшили ринкову конкуренцію, значно знизилась ціна обладнання для кінцевих споживачів. ТОВ «ЛІЗ-МАШ» надає свої послуги в усіх областях України, окрім окупованих територій східної України та анексованого Криму, що підкреслює успішність діяльності компанії в сфері зеленої енергетики.

За даними Енергетичного балансу 2019 року частка енергії, вироблена з

відновлюваних джерел, у кінцевому енергоспоживанні склала 8,1%, зокрема: в електроенергетиці - 10,9%, у системах опалення - 9,0%, у транспортному секторі - 3,1% [23].

Розраховано відповідно до правил Директиви 2009/28/ЄС «Про заохочення до використання енергії виробленої з відновлюваних джерел» (з урахування: нормалізації ГЕС та ВЕС; енергії теплових насосів та мультиплікатора електроенергії споживаної транспортом [2] (Рис. 2.1).

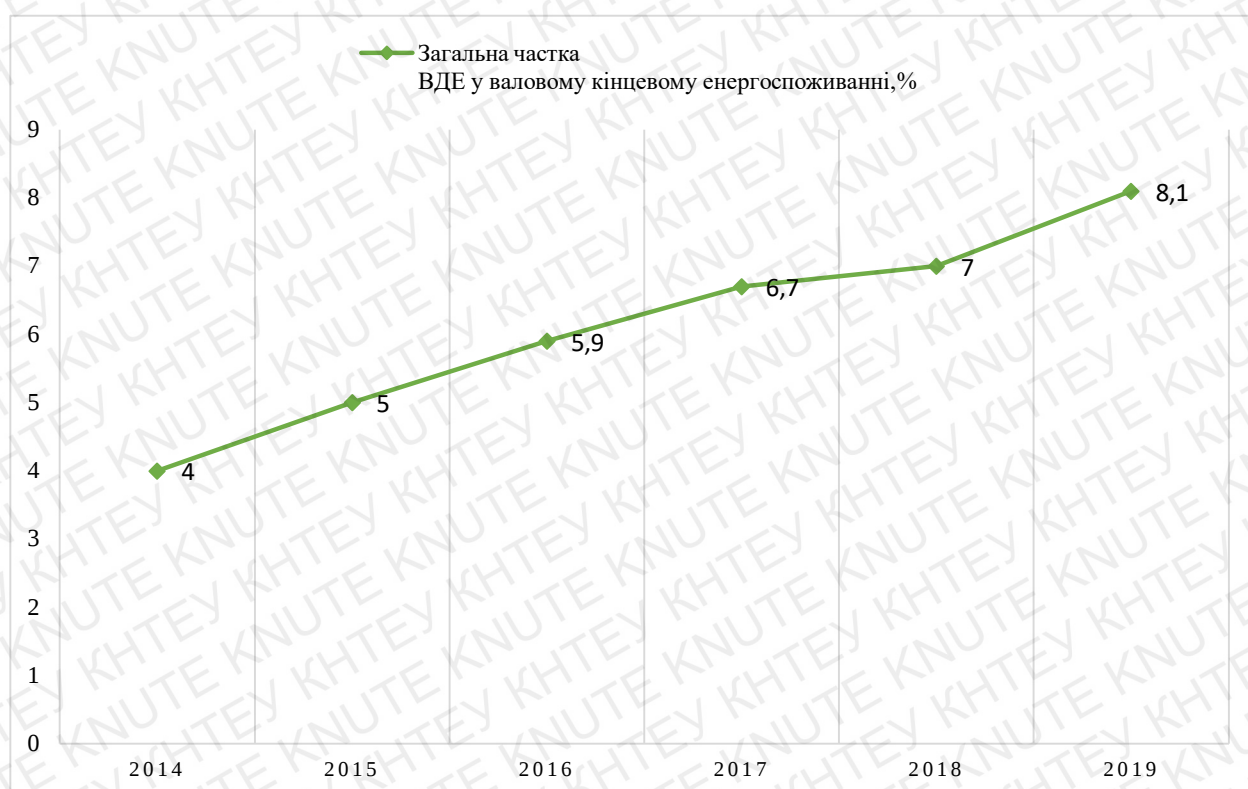


Рис. 2.1. Загальна частка ВДЕ в енергобалансі України

Джерело: розроблено автором на основі [23]

Слід зазначити, що у 2019 р. загальний обсяг споживання енергії з ВДЕ у порівнянні з 2018 роком збільшився на 9,1% (на 0,36 млн т н.е.), одночасно суттєво зменшився загальний обсяг споживання - на 2,6 млн т н.е. Тому загальна частка ВДЕ у валовому кінцевому енергоспоживанні за 2018-2019 рр. збільшилась на 1,1 пункт з 7,0 % до 8,1% [23].

Частка відновлюваних джерел енергії у генерації електрики в Європі у 2020 році вперше в історії перевищила частку викопного палива. Такими є

висновки щорічного звіту британського аналітичного центру Ember та німецького інституту Agora Energiewende [13].

Згідно зі звітом, в якому відстежується стан енергетичного сектора ЄС з 2015 року, минулого року з відновлюваних джерел було згенеровано 38% всієї електроенергії, а за допомогою викопного палива – 37%. Таке співвідношення обумовлене розширенням використання енергії, одержуваної від вітру і сонця, обсяги якої майже подвоїлися з 2015 року. До 2020 року п'ята частина електроенергії в країнах ЄС була вироблена на вітрових і сонячних електростанціях, ідеться в звіті. Це також одна з причин, чому виробництво енергії на основі вугілля знизилося минулого року на 20% - вугільні станції забезпечили лише 13% електроенергії, виробленої в Європі [13].

Тенденція до розвитку альтернативних джерел видобутку енергії та екологізація енергетичного сектору ЄС наставляє Україну, як потенційного члена ЄС, до заохочення населення для вироблення електроенергії з альтернативних джерел енергії.

Як приклад, Україна запровадила «зелений» тариф - тариф, за яким оптовий ринок електричної енергії України зобов'язаний закуповувати електричну енергію, вироблену на об'єктах електроенергетики з альтернативних джерел енергії (крім доменного та коксівного газів, а з використанням гідроенергії - вироблена лише мікро-, міні-та малими гідроелектростанціями), у тому числі на введених в експлуатацію пускових комплексах. Енергопостачальники зобов'язані купувати електричну енергію, у випадках, обсягах та за цінами, визначеними національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП).

НКРЕКП 31 грудня 2020 року ввела у дію нові «зелені» тарифи на електрику для приватних господарств, залежно від дати вводу в експлуатацію, у новому 2021 році будуть такими:

для приватних домогосподарств, які виробляють електрику з енергії сонячного випромінювання об'єктами електроенергетики, які вмонтовані (встановлені) на дахах та / або фасадах приватних домогосподарств (будинків, будівель та споруд), величина встановленої потужності яких не перевищує 30 кВт, та які введені в експлуатацію встановлені такі тарифи (табл.2.1):

Таблиця 2.1

«Зелені» тарифи на електрику для приватних господарств

Дата вводу в експлуатацію	Тариф (коп/кВт·год (без ПДВ))
з 01 квітня 2013 року по 31 грудня 2014 року	1228,06
з 01 січня 2015 року по 30 червня 2015 року	1104,51
з 01 липня 2015 року по 31 грудня 2015 року	685,94
з 01 січня 2016 року по 31 грудня 2016 року	650,91
з 01 січня 2017 року по 31 грудня 2019 року	619,56
з 01 січня 2020 року по 31 грудня 2024 року	556,87

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Разом з законодавчою базою стрімко зростають інвестиції в сектор. За даними Bloomberg за 10 років вони збільшились у 5 разів: з 62 млрд \$ в 2004 до 316 млрд \$ в 2014, а в 2015 році досягли рекордної суми в 329,3 млрд \$. (Хоча, звичайно, вони не зрівняються з колосальними сумами, які були протягом багатьох десятиліть інвестовані в викопне паливо) [39].

У розрізі видів джерел енергії з 2010 році інвестори надавали перевагу проектам, що працюють на сонячній енергії, через що обсяг наданих коштів для СЕС сильно перевищував фінансування вітряних парків. ТОВ «ЛІЗ-МАШ» займається продажем та монтажем сонячних панелей, є офіційним представником заводів-виробників промислового обладнання, які займають лідерські позиції не тільки на території власних країн, але й на глобальному світовому ринку в галузі альтернативних джерел енергії (рис. 2.1).

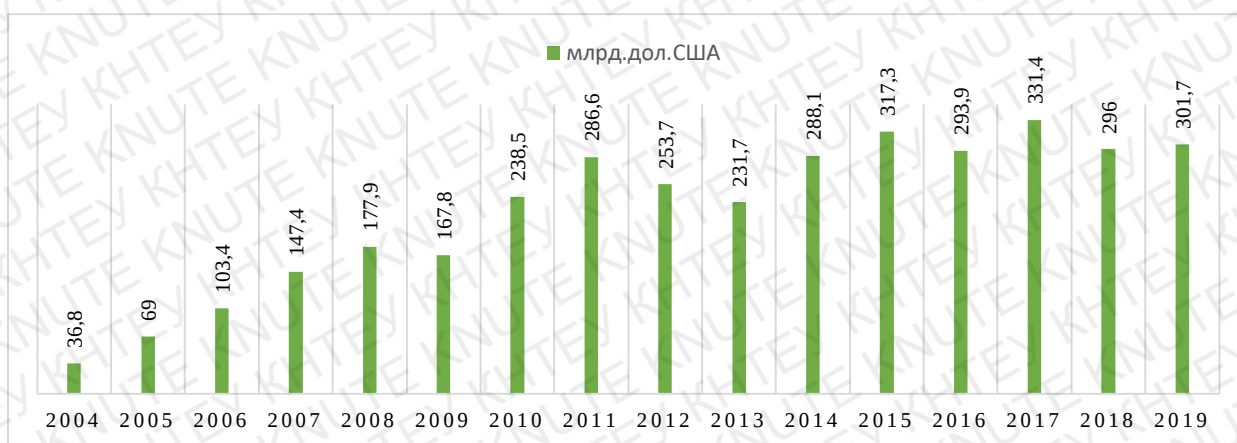


Рис. 2.2. Динаміка інвестування в зелену енергетику в світі за 2004-2019 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [41]

Спираючись на рейтинг кращих виробників сонячних панелей «Latest Tier 1 Solar Panels List 2020», ми можемо побачити, що ТОВ «ЛІЗ-МАШ» імпортує продукцію преміум рівня. Такі виробники дають гарантію на фотоелектричні панелі від 25 до 30 років на лінійну вихідну потужність, а також панелі нижчого сектору - стандарт або економ.

Компанія співпрацює з Новоукраїнською РДА та отримує інвестиції на будівництво наземної фотоелектричної сонячної електростанції у місті Новоукраїнка.

Отже, узагальнюючи викладене, можна сказати, що світ рухається в напрямку до екологічних та відновлюваних ресурсів енергії. Спираючись на статистику більшість провідних країн світу більше 20-ти років тримають курс на енергозбереження та ВЕД. Для України відновлювана енергетика відносно молода галузь, яка почала розвиватися з введенням «зеленого» тарифу як стимулюючого інструменту. І саме сьогодні бізнес у даній сфері підтримується міжнародними організаціями, державою та всесвітньо відомими компаніями. Задля розвитку компанії варто оцінити всі, надані сучасними тенденціями, можливості та вміло використати переваги.

2.2. Вибір країн-контрагентів у контексті вдосконалення ефективності експортної діяльності підприємства

На сьогоднішній день компанія ТОВ «ЛІЗ-МАШ» знаходиться у пошуку нових партнерів для експорту своєї продукції. Основна діяльність компанії складає імпорт сонячних панелей, кріплень, інверторів та комплектуючих з Китаю, Японії та Німеччини, та збуту згаданої продукції на території України, Польщі та Молдови. Але варто розуміти, що пошук країн-контрагентів відіграє досить важливу роль у розвитку підприємства та збільшення його потенціалу.

Перш за все, варто розуміти, що компанія не тільки продає обладнання для сонячних фотоелектростанцій для побутових, комерційних та великих електростанцій, але й надає послуги з планування, розробки та монтажу. Таким чином, підприємство надає сервісне обслуговування, що збільшує попит на продукцію та підвищує конкурентоздатність представленого товару. Для оцінки та вибору країн-контрагентів варто дослідити рівень конкурентоспроможності потенційних партнерів, та відкритість країн для ведення бізнесу й розвиток галузі, в якій працює ТОВ «ЛІЗ-МАШ».

Результати економіко-логічного аналізу нормативної бази з регулювання ТОВ «ЛІЗ-МАШ» відобразимо в Додатку А.

Звернемось до статистичних даних про розподіл виробництва сонячних фотоелектричних модулів по всьому світу в 2019 році (за країнами).

За даними Звіту про стан фотосонячної енергетики 2019 року, ми можемо спостерігати, що найбільше обладнання для сонячних електростанцій виробляє та експортує Китай. Продукція китайського виробництва у цій сфері вважається якісним та створює продукти як і преміум-якості, так і стандартний, більш доступний варіант продукту. Компанії Jinko Solar, Trina Solar, SPIC Solar, JA Solar, GCLSystems, Seraphim є провідними в сфері виробництва та розробки інноваційних фотоелектричних сонячних панелей. Саме з цієї країни підприємство «ЛІЗ-МАШ» імпортує обладнання для вироблення енергії.

На другому місці знаходиться Малайзія, там розміщено виробництво фірми Panasonic. Південна Корея розділяє з Малайзією друге місце з виробництва, але варто акцентувати увагу на те, що у Кореї розвинуті технології і всі інновації, які впроваджуються у сфері зеленої енергетики розроблені саме південнокорейськими науковцями. Тому продукція компаній з Південної Кореї (LG, Hyundai, Hanwha Q CELLS) займає високі позиції в топі найефективніших сонячних панелей в 2021 році.

США зайняло 3 місце хоча продукція компанії SunPower вважається найефективнішою для виробництва зеленої енергії та зайняла перше місце в топі Most Efficient Solar Panels 2021. В 2019 році в Україні з'явилась американська компанія KNESS, яка запустила нову фабрику, спеціалізується на розробці та впровадженні проєктів з видобутку як традиційної, так і відновлюваної енергетики [41]. Литовська компанія Global BOD Group планує інвестувати в подібний проєкт з відкриття виробництва фотоелектричних панелей в Україні (Рис. 2.3).

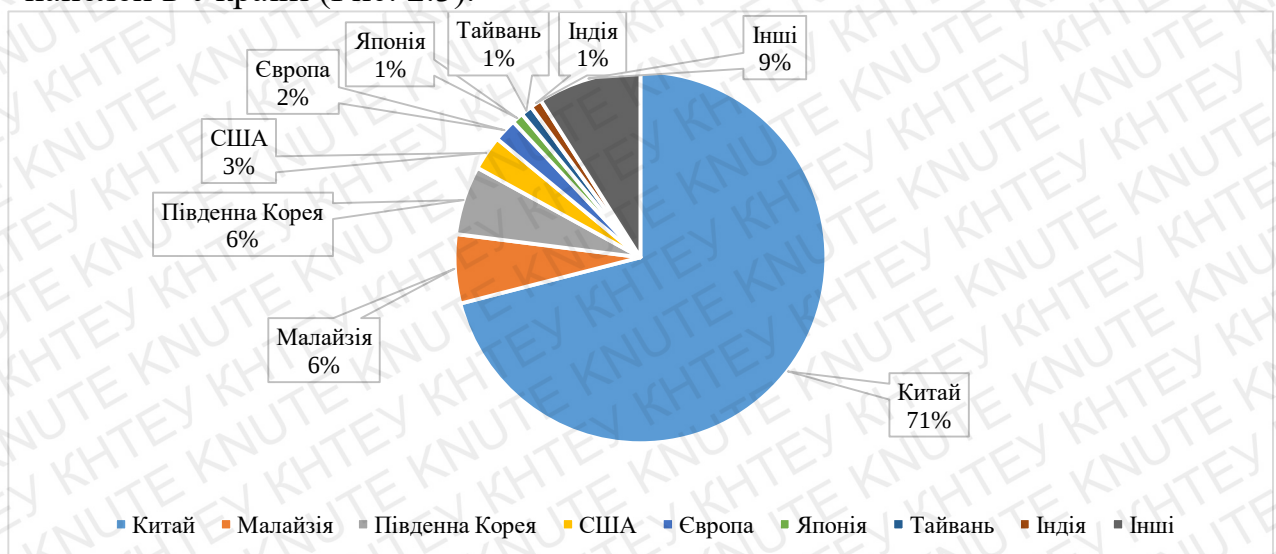


Рис. 2.3 Розподіл виробництва сонячних фотоелектричних модулів по всьому світу в 2019 році

Джерело: розроблено автором на основі [41]

На нашу думку, ТОВ «ЛІЗ-МАШ» варто зберігати свої партнерські відносини з Китаєм, як з провідним виробником та експортером продукції для видобування зеленої енергії. Але варто розвивати експорт та співпрацювати з країнами, які зацікавлені в розвитку потенціалу вітчизняних підприємств.

Оскільки саме після підписання асоціації з ЄС Україна почала розвивати сферу відновлюваної енергії, нам варто розглядати саме європейські країни в якості країн-контрагентів.

В Польщі сегмент PV має розвиватися дуже динамічно – передбачається, що актуальні 4 ГВт збільшаться до 12-16 ГВт встановленої потужності до 2030 р. До початку 2019 року Польща була єдиною великою державою ЄС, де частка енергії, отримана з альтернативних джерел, не перевищувала 3% загального обсягу. У 2018 році усі сонячні електростанції країни виробили всього 471,5 МВт – втричі менше, ніж Україна і в 160 разів менше, ніж Німеччина. Але в 2020 року знову наростила оберти виробництва зеленої енергії і сонячні панелі знову стали популярним товаром у країні.

Грузія з 2019 року почала боротися з вирубкою лісів і як альтернативу для обігріву традиційним методом почала будувати в поселеннях сонячні станції. На 2021 рік питання екології та енергопостачання в віддаленні поселення гостро постало в країні. Продаж сонячних панелей та співпраця з компаніями-постачальниками підтримується державою на законодавчому рівні.

В Болгарії сонячні панелі використовують не так масово, як у сусідній Греції. Хоча географічне положення країни та клімат дозволяють країні ефективно виробляти зелену електроенергію. В основному популярністю користуються китайські виробники, які виготовляють дешеву і недовговічну техніку.

Білорусь в основному користується енергією вітру, Бранденбурзька фірма Enertrag будує вітряки в центральній частині країни, на благочинних основах. Хоча Білорусь планує використовувати різні джерела енергії: деревину, тепло землі, воду, промислові та сільськогосподарські відходи. Зрештою уряд у Мінську проголосив амбітну мету – до 2025 року частка відновлюваної енергії має становити 25 відсотків, тобто - зрости втричі. Але подібні цілі мало ймовірно будуть досягнуті, країна мало зацікавлена в екологізації видобутку електроенергії.

Грузія посідає у рейтингу 74-ту позицію зі значенням індексу 60.6. Ведення бізнесу є досить легким, країна займає 7 місце, значення індексу 83.7. За примітками Doing Business 2020 у Грузії незначні перешкоди для відкриття своєї справи. 41 місце з позначкою 4.8 Грузія зайняла в рейтингу залучення в міжнародну торгівлю.

Болгарія займає 53-ту позицію у рейтингу із загальним індексом 48. За рік в індексі конкурентоспроможності країна опустилась на 5 позицій. За індексом залучення в міжнародну торгівлю Болгарія отримала позначку 4.5 і посіла 53 місце. За рейтингом легкості ведення країна зайняла 61 місце з позначенням 72.0.

Білорусь не зазначається в більшості міжнародних індексів, опираючись на показники рейтингів ми можемо лише приблизно оцінити успішність експорту продукції до обраних нами країн. Зважаючи на пандемію, закриті кордони, карантинні обмеження та нестабільна політична ситуація в світі, змушує надто зважено та обережно обирати потенційних контрагентів.

Польща посідає 37 місце у рейтингу зі 141 країни, представленої у рейтингу індекс складає 68.9. В рейтингу Doing Business 2020 країна зайняла 40 місце, з індексом 76.4, країна має сильний захист прав власності та просте регулювання та ведення бізнесу. За рейтингом залучення в міжнародну торгівлю Польща займає 31 місце з позначенням індексу 5.0.

На основі даних рейтингів нами було розраховано на основі КРІ агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни (табл. 2.2).

За проведеними нами розрахунками найбільший агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни має Грузія. Друге місце за нашими розрахунками займає Болгарія, третє – Польща. Білорусь, хоча і має потенціал до розвитку сфери сонячної енергетики, не є вдалою приймаючою країною, адже політична та економічна ситуація в країні не дає нам змоги якісно оцінити бізнес-середовище. Тож Білорусь не може виступати приймаючою країною до моменту стабілізації ситуації та покращення зовнішньої та внутрішньої політики країни.

Таблиця 2.2.

**Агрегований показник стану бізнес-середовища
Білорусі, Болгарії, Грузії та Польщі**

Складова бізнес-середовища	Індикатор	Білорусь	Болгарія	Грузія	Польща
Макроекономічне середовище	Макроекономічна стабільність	0,0	90,0	74,4	73,4
	Розмір ринку	0,0	54,9	41,6	36,1
	Монетарна свобода	0,0	85,2	76,7	71,5
	Середній індикатор середовища	0,0	76,7	64,2	60,3
Ступінь економічного лібералізму	Внутрішня конкуренція	0,0	54,7	54,0	48,9
	Торговельна відкритість	96,0	56,7	62,9	61,1
	Фіскальна свобода	96,5	99,2	94,6	96,5
	Проходження митних кордонів	0,0	97,4	90,1	92,3
	Середній індикатор середовища	48,1	77,0	75,4	74,7
Інституціональне середовище	Ефективність урядової політики	39,8	56,8	60,8	51,8
	Прозорість	59,0	42,0	58,0	33,0
	Судова незалежність	40,4	38,0	42,5	21,4
	Право власності	58,6	66,2	66,9	60,6
	Середній індикатор середовища	49,5	50,8	57,1	41,7
Підприємницьке середовище	Комерціалізація	0,0	67,6	53,1	49,4
	Свобода бізнесу	74,2	62,9	84,9	66,2
	Реєстрація підприємства	93,3	85,4	99,6	95,7
	Реєстрація власності	74,8	69,8	92,9	82,8
	Оподаткування	0,0	72,3	89,2	85,2
	Забезпечення виконання контрактів	0,0	67,0	75,0	63,6
Фінансово-інвестиційне середовище	Середній індикатор середовища	41,5	70,8	82,5	73,8
	Фінансування малого та середнього підприємництва	46,0	51,8	46,0	43,8
	Стабільність фінансової системи	0,0	85,5	89,6	76,1
	Отримання кредитів	0,0	65,0	85,0	70,0
	Захист інвесторів (міноритарних)	58,0	74,0	84,0	68,0
	Свобода інвестицій	0,0	70,0	80,0	55,0
Інфраструктурне середовище	Середній індикатор середовища	20,8	69,3	76,9	62,6
	Наявність та якість транспортної інфраструктури	59,2	51,7	46,0	52,2
	Якість електропостачання	90,2	94,6	97,1	84,6
	Кількість інтернет – користувачів	0,0	64,8	64,0	76,1
	Культура підприємництва	0,0	50,7	47,0	44,7
	Витрати на НДДКР	0,0	26,0	10,0	10,1
Ринок праці	Середній індикатор середовища	59,76	57,6	52,8	53,5
	Захист прав робітників	0,0	80,0	82,0	83,0
	Кооперація на ринку праці	64,2	49,4	53,4	57,5
	Свобода праці (трудових відносин)	75,7	68,5	76,7	39,2
Агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни		40,6	66,9	68,5	60,9

Джерело: розроблено автором на основі [38,40,42]

Обґрунтовано, що за розрахунком агрегованого показнику стану бізнес-середовища приймаючої країни найкращим варіантом є Грузія. Болгарія посідає друге місце і третє місце займає Польща. Білорусь за нестачею даних не є оптимальним варіантом для співпраці.

Висновки до розділу 2. Отже, на нашу думку, доцільно буде співпрацювати з Болгарією, Грузією, Польщею. За усіма показниками саме ці країни гарантують успішність ведення бізнесу. Але хоча Білорусь і має неосвоєну нішу у сонячній енергетиці, але економічний та політичний простір досить закритий. На політичній арені Білорусь являється досить нестабільним гравцем з розхитаною ситуацією в країні. Тому, спираючись на результати нашого дослідження, не варто розглядати Білорусь як потенційного контрагента. В той час як Грузія, Болгарія та Польща показують відкритість своїх економік та створюють усі умови для розвитку підприємництва на територіях своєї держав.

Світ вже довгий час замислюється над екологічним станом нашої планети та шукає шляхи покращення життя людства. З початку XXI століття відновлювана енергетика стала швидко розвиватися та значно вплинула на ведення політики багатьох держав. Енергія сонця стала доступною не тільки великим підприємствам, але і звичайним людям, які використовують її у побуті. В Україні галузь відновлюваної енергії є досить молодого, тому для підприємств відкрито багато можливосте для росту та розвитку компаній.

Дослідивши міжнародні рейтинги та проаналізувавши показники глобальних рейтингів, ми прийшли до висновку, що Грузія, Польща, Болгарія можуть виступати в ролі потенційних країн-контрагентів. Показники відкритості бізнесу, зайнятості в міжнародній торгівлі та конкурентоспроможні обґрунтовують дане рішення. Білорусь, як країна з нестійкою політичною ситуацією та з напруженими стосунками з Україною не може бути потенційним місцем збуту продукції. Хоча ніша сонячної енергетики в порівнянні з Україною не є розвинутою, в країні переважають вітряні електростанції та старі неекологічні методи отримання енергії. У разі покращення політичної ситуації в країні та демократизації внутрішніх процесів Білорусь можна буде розглядати як країну-контрагента.

РОЗДІЛ 3

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗМІЦНЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТОВ «ЛІЗ-МАШ» У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

3.1. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення діяльності та зміцнення потенціалу ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

На даному етапі функціонування підприємства умови визначення пріоритетних напрямів розвитку системи управління міжнародною діяльністю ТОВ «ЛІЗ-МАШ» загалом характеризуються такими факторами:

- регіональні (відповідність галузі інноваційної діяльності підприємства основним напрямам спеціалізації регіону, цілі та напрями розвитку яких формуються в стратегії соціально-економічного розвитку);
- державний (відповідність сфери діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» пріоритетним напрямам розвитку науки, техніки в Україні. Вказано на «тяжіння» підприємства до науково-технічних орієнтирів та пріоритетів розвитку країни;
- міжнародні (фокус ТОВ «ЛІЗ-МАШ» та напрямки його програми розвитку спрямовані на послідовний перехід від вирішення проблеми максимальної заміни імпортного обладнання відтворення зеленої енергії вітчизняною продукцією до усунення його інноваційного відставання від світових аналогів та виходу на міжнародний ринок зеленої енергетики завдяки вектору до інноваційно-орієнтованого виробництва та конкурентоспроможної продукції для ринку зеленої енергетики).

Якщо брати до уваги поточну ситуацію навколо підприємства, то при виборі пріоритетних напрямів інноваційного розвитку ТОВ «ЛІЗ-МАШ» слід виділити такі основні категорії:

Сфера досліджень і розробок. Завдяки аналізу діяльності компанії, враховуючи досвід провідних світових компаній у сфері зеленої енергетики можна визначити перспективні напрямки розвитку ТОВ «ЛІЗ-МАШ» у галузь досліджень і розробок ринку зеленої енергетики. Тому з метою підвищення ефективності виробництва, технологічного рівня та якості продукції ТОВ

«ЛІЗ-МАШ» були запропоновані такі основні напрямки підтримки реалізації робіт та інноваційних проєктів у сфері зеленої енергетики, які, на нашу думку, мають бути реалізовані в майбутньому на підприємстві.

Науково-інноваційна інфраструктура підприємства. Більшість основних робіт та інноваційних проєктів, які пропонується виконувати в ТОВ «ЛІЗ-МАШ», мають прикладний характер. Вони спрямовані на підвищення технологічного рівня та підвищення ефективності виробництва, а також якості продукції ТОВ «ЛІЗ-МАШ». Результати роботи та інноваційні проєкти призначені для технологічної модернізації, вирішення проблеми імпортозаміщення обладнання для видобування зеленої енергетики та конкурентоспроможності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» та його продукції на світовому ринку зеленої енергетики.

Науково-технічна інтеграція підприємства в зовнішньоекономічний простір. Слід зазначити, що пріоритетним напрямком інноваційної діяльності підприємства є міжнародне науково-технічне співробітництво. Серед основних напрямів діяльності та напрямів розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва ТОВ «ЛІЗ-МАШ» необхідно відзначити розвиток підсистеми організаційно-технічного забезпечення науково-технічних інноваційних проєктів, яка має забезпечувати належні умови для розробки та реалізації найважливіших інноваційних проєктів (табл. 3.1).

З метою активізації розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва ТОВ «ЛІЗ-МАШ» необхідно спільно фінансувати міжнародну виставково-презентаційну діяльність, а також надавати перевагу та спрямовувати зусилля на укладення договорів з найбільш важливими та прогресивними партнерами на міжнародному ринку видобування зеленої енергетики.

Науково-інноваційна інфраструктура. Вибір найбільш пріоритетних напрямків науково-інноваційної інфраструктури ТОВ «ЛІЗ-МАШ» має здійснюватися з урахуванням сучасного стану ринку освітлення та підприємства, а також потреб у модернізації та розвитку науково-інноваційної інфраструктури, що

відповідає поставленим цілям та цілям, що містяться в програмі розвитку ТОВ «ЛІЗ-МАШ».

Пріоритети розвитку науково-інноваційної інфраструктури підприємства мають визначатися залежно від ефективного використання існуючих об'єктів науково-інноваційної інфраструктури, обґрунтованості їх набору та потенціалу для поточних і майбутніх потреб, а також масштабність і складність вирішуваних в результаті завдань його виконання.

Таблиця 3.1

**Планові та інноваційні проєкти у сфері досліджень і розробок
ТОВ «ЛІЗ-МАШ»**

Пріоритетні напрямки	Планові та інноваційні проєкти у сфері досліджень і розробок, які пропонується реалізувати на підприємстві
Розробка та синтез нових матеріалів для виробництва джерел відтворення зеленої енергетики	1. Розробка технологій виробництва напівпровідникових приладів на основі нових високоефективних матеріалів (діоди, IRET - транзистори, діодні та гібридні модулі, надпотужні тиристори); 2. Розробка технології та виготовлення теплопровідних виробів із метало-матричних композиційних матеріалів для пристроїв силової електроніки та перетворювального обладнання.
Підготовка до запуску виробництва відтворення зеленої енергетики за дистанційною люмінофорною технологією	1. Комплекс досліджень і розробок, результати яких необхідні для створення виробництва відновлюючих зелену енергетику апаратів на їх основі на ТОВ «ЛІЗ-МАШ», у тому числі: • розробка пристрою живлення світлодіодних ламп з терміном служби не менше 50 тис. годин; • вивчення характеристик світлодіодних люмінофорів з метою вибору оптимальних складів люмінофора для світлодіодів.
Підготовка до запуску виробництва нових відновлюючих зелену енергетику приладів	1. Розробка конкурентоспроможної імпоротно-замінної електронної апаратури керування (ЕКГ) газорозрядних ламп високого тиску; 2. Розробка програмного продукту для розрахунку конструкції рефлекторів для видобування зеленої енергетики приладів 3. Розробка спеціальних пристроїв керування енергоефективними апаратами 4. Розробка апаратів з використанням високоефективних енергозберігаючих ламп.

Джерело: розроблено автором на основі додатку А, Б

За результатами аналізу та узгодження факторів та обмежень у якості пріоритетних напрямків та заходів щодо розвитку науково-інноваційної інфраструктури ТОВ «ЛІЗ-МАШ» слід відзначити: розвиток матеріально-технічної бази підприємства, а також розширення сфери його діяльності за рахунок надання таких послуг, як різноманітні експериментальні випробування, підвищення кваліфікації та перепідготовка персоналу підприємства. Це, в свою чергу, дозволить ТОВ «ЛІЗ-МАШ» проводити масштабні інноваційні світлотехнічні дослідження, розширювати участь у міжнародних проєктах та інноваційних програмах, а також отримати позитивні результати, комерціалізація яких може забезпечити вирішення різноманітних завдань підприємства, пов'язаних з імпортозаміщенням продукції на ринку видобування зеленої енергетики та виробництва конкурентоспроможної продукції на світовому ринку.

Важливим завданням у розвитку потенціалу підприємства є розширення напрямів співробітництва з вітчизняними партнерами підприємства щодо створення:

- 1) інженерного центру з волоконної оптики (виробництво волоконної оптики на ТОВ «ЛІЗ-МАШ»);
- 2) Центру енергозберігаючої світлотехніки (ЦЕС) для досліджень та інновацій у сфері досліджень джерел світла, до складу якого входить власна випробувальна база та центр сертифікації, що дозволить проводити випробування та сертифікацію всіх видів існуючого світлового джерела, а також різні прилади видобування зеленої енергетики.
- 3) Центру нанотехнологій та наноматеріалів для розробки та впровадження новітніх технологій (проведення науково-дослідних та експериментальних технологічних робіт).

Науково-технічна інтеграція компанії у зовнішньоекономічний простір. Напрямок вибору шляхів і заходів розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва, пріоритетних для ТОВ «ЛІЗ-МАШ», загалом визначається:

- відставання українського ринку освітлення від світового у сфері енергоефективної світлотехніки;
- орієнтація міжнародного науково-технічного співробітництва на досягнення значних позитивних зрушень у вирішенні проблеми імпортозаміщення основних сортів приладів видобування зеленої енергетики;
- наявність мережі міжнародних партнерів, форм і механізмів взаємодії, а також співпраці з ТОВ «ЛІЗ-МАШ».

Ці фактори свідчать про необхідність реалізації програми підтримки та подальшого розвитку цих форм і механізмів участі підприємства в міжнародному науково-технічному співробітництві, а також про обґрунтований вибір його пріоритетів.

Щодо розвитку науково-технічного співробітництва ТОВ «ЛІЗ-МАШ», то тут можна знайти ряд пріоритетних напрямків, реалізація яких відбуватиметься шляхом реалізації певних заходів, а саме:

- проведення в таких країнах як Бельгія, Австрія, Німеччина науково-технічних стажувань для працівників ТОВ «ЛІЗ-МАШ»;
- спільні прикладні дослідження ТОВ «ЛІЗ-МАШ» з міжнародними науковими центрами та університетами у сфері енергозбереження при оптимізації видобування зеленої енергетики;
- створення спільного науково-дослідного центру з компаніями групи для вивчення приладів видобування зеленої енергетики, що сприяє вдосконаленню та зниженню вартості технології видобування та приладів, а також розробці інноваційних типів апаратів.

Для швидшого та якісного просування продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках необхідно посилити регіональні, локальні та транснаціональні рекламні кампанії. Найпопулярніша реклама компанії на телебаченні та в друкованих ЗМІ. Але на наш погляд ці ресурси є досить застарілими, варто застосувати сучасні канали такі як: реклама в інтернеті, створення сучасного сайту для продажу продукції та інформування клієнтів, якісне та постійне ведення соціальних сторінок. Варто дослідити цільову

аудиторію підприємства аби чітко визначити найкращі методи рекламування продукції та послуг компанії.

Планування реклами має важливе значення для ефективної рекламної кампанії. Оскільки ТОВ «ЛІЗ-МАШ» потребує збільшення продажів в асортиментних групах, рекламна підтримка є незамінною для закріплення його позицій.

Пропонується формування та реалізація рекламної компанії ТОВ «ЛІЗ-МАШ» за наступною хронологією (рис. 3.1):

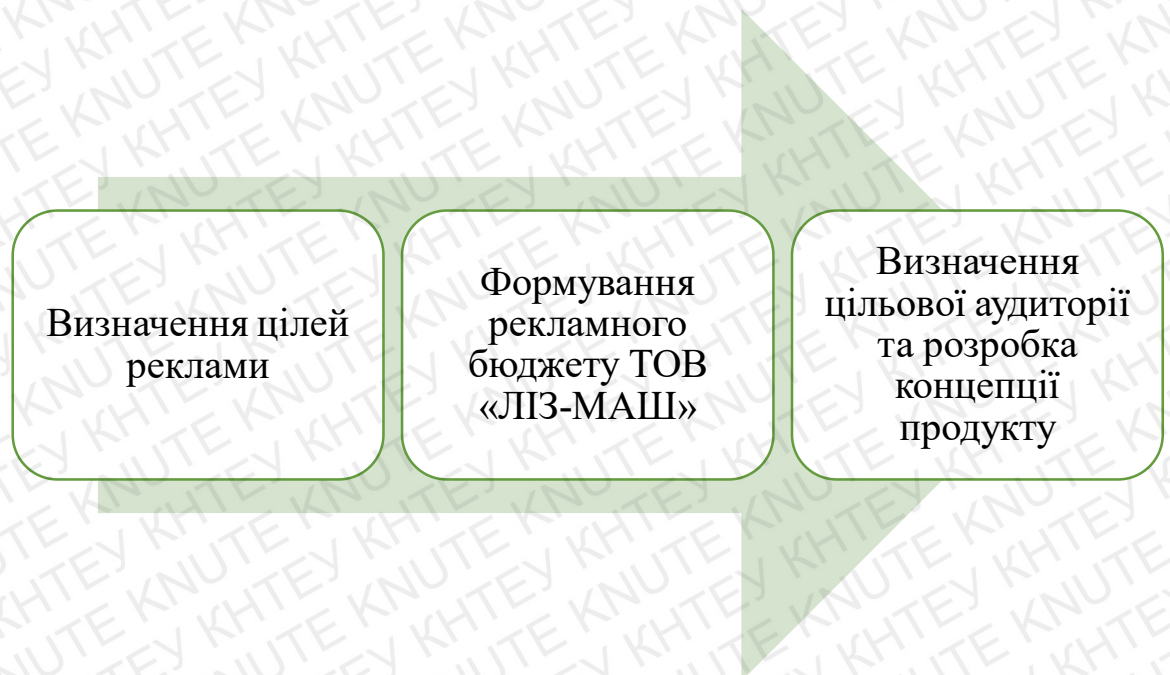


Рис. 3.1 План формування рекламної компанії ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

Джерело: розроблено автором на основі додатку Б

Цілями рекламної компанії є формування іміджу компанії та інформування про продукцію компанії на основі інформаційної реклами.

При виборі медіа каналу, через який рекламне повідомлення має досягти цільової аудиторії, необхідно враховувати деякі особливості рекламованого продукту та компанії, а також ретельно зважувати переваги та недоліки всіх можливих засобів поширення реклами (табл. 3.2).

Виходячи з необхідності систематичної реклами товарів і послуг, ТОВ «ЛІЗ-МАШ» на українському ринку готуємо графік масової рекламної кампанії в різних ЗМІ (Додаток Б).

Таблиця 3.2

Характеристики основних медіа-каналів

Засоби розповсюдження реклами	Переваги	Недоліки
Газети	ефективність; гнучкість; велика аудиторія; низька вартість контакту	короткочасне існування; погана якість відтворення; незначна аудиторія «вторинних читачів»; розміщення поряд з рекламою конкурентів
Журнали	висока якість відтворення; тривалість існування; велика кількість «вторинних читачів»; надійність; престиж; високий вибірковість	тривалий часовий розрив між покупкою місця і появою реклами; близькість до реклами конкурентів; відносно висока ціна.
Телебачення	ширина покриття; велика аудиторія; поєднання зображення, звуку та руху; високий ступінь привернення уваги; сильний емоційний вплив	висока абсолютна вартість; перевантажений рекламою; швидкоплинність рекламного контакту; погана вибірковість аудиторії
Радіо	масова аудиторія; відносно низька вартість одного рекламний контакт	обмежена аудіопрезентація; низький ступінь щоб привернути увагу
«Дірект мейл»	висока вибірковість аудиторії; гнучкість; особистий характер; відсутність реклами конкурентів	відносно висока вартість контакту
Друкована реклама	висока якість відтворення; значна тривалість контакту (календарі); відсутність реклами конкурентів	низька вибірковість аудиторії; неможливість контакту з віддаленою аудиторією
Зовнішня реклама	висока частота повторних контактів; гнучкість; помірна ціна	відсутність вибірковості аудиторії; творча обмеженість
Реклама на місці продажу	стимулює імпульсивні покупки; гнучкість; помірна ціна	вимагає додаткових знань і навичок з оформлення вітрин і лічильники
Сувенірна реклама	сувеніри мають самостійне значення; тривала тривалість дії; можливість дістатися до місця знаходження одержувача	дуже обмежений простір для розміщення звернення; вартість за контакт; творчі обмеження
Реклама у інтернеті	вибірковість аудиторії; гнучкість; розширення географії	висока ціна; потребує сучасних засобів зв'язку; обмежена кількість адресатів

Джерело: розроблено автором на основі [27]

Отже, рекламна компанія для сучасного стану підприємства є основним джерелом для інформування клієнтів та покращення іміджу компанії. На нашу думку, варто використовувати сучасні медіа-канали (блогери, реклама в соціальних мережах, ведення сторінок у соціальних мережах, інформаційний та сучасно-оформлений сайт компанії, власний відео-продакшн). Телебачення, преса, зовнішня реклама, поліграфія, розсилки, радіо варто використовувати по всій Кіровоградській області задля упізнаваності компанії та приваблення потенційних клієнтів.

3.2. Прогнозна оцінка запропонованих заходів

На початковому етапі розрахунку прогнозних тенденцій змін в управлінні економічною ефективністю зовнішньоекономічної політики підприємства будемо розглядати економічну ефективність впровадження інноваційної складової.

Найвищою формою економічного обґрунтування є метод оптимального планування на основі критерію мінімальних витрат або максимального результату. Його використання вказує на одночасний бізнес-кейс для проєктної діяльності.

Тобто кінцевим перспективним результатом впровадження та використання запланованих заходів є економічний ефект, який має форму чистого прибутку і має виправдати (окупити) ті капітальні витрати, які знадобляться при реалізації програми вдосконалення.

ТОВ «ЛІЗ-МАШ» понесе додаткові витрати в контексті інноваційної складової на реалізацію заходів щодо покращення роботи підприємства. У табл. 3.4 наведено розрахунок необхідних коштів.

Таблиця 3.4

Розрахунок прогнозованих витрат на розробку та проведення основних заходів щодо удосконалення підприємства (інноваційна складова)

Найменування заходів	Кількість, заходи.	Ціна за од., грн	Сума, грн
Зарубіжна виставкова та презентаційна діяльність	2 рази/рік	35000	70000
Підвищення кваліфікації та перепідготовка персоналу	5 чол./рік	6400	32000
Технічні випробування інноваційних розробок	1 раз/рік	80000	80000
Проведення науково-технічних стажувань	3 чол./рік	15000	45000
Разом:			227000

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

Загальна вартість впровадження заходів складе 227 тис. грн, що і буде становити основу визначення ефективності.

Емпірична формула економічного ефекту буде мати наступний вигляд[34]:

$$\Theta = a_1 * x_1 + a_2 * x_2 + a_3 * x_3,$$

де:

a_i – середня вартість щорічного вкладу (здійснюваного заходу), являє собою суто експертну оцінку;

x_i – кількість можливих заходів.

Реалізація цих заходів може дати приріст економічного ефекту:

- як мінімум (песимістичний сценарій) на 2%;
- як максимум (оптимістичний сценарій) на 5%.

Якщо в 2017 році підприємство мало прибуток у розмірі 3037 тис. грн, то це означає:

- у першому випадку – $\Pi_{\text{п}} = 3037 * 0,02 = 60,74$ тис. грн;
- в другому випадку – $\Pi_{\text{о}} = 3037 * 0,05 = 151,85$ тис. грн.

Такий варіант розвитку подій підтверджує ефективність пропозицій удосконалення як у першому – при песимістичному, так і в другому випадку при оптимістичному сценарії, де $\Pi > 0$.

$$E_{\text{п}} = \frac{\Pi}{V} \geq 10\% \quad (3.1)$$

$$E_{\text{п}} = 60,74 / 227 = 0,27 * 100\% = 27\% - \text{більше } 10\%$$

$$E_{\text{у}} = \frac{\Pi}{V} \geq 20\% \quad (3.2)$$

$$E_{\text{о}} = 151,85 / 227 = 0,67 * 100\% = 67\% - \text{більше } 20\%$$

Обчислимо індекс прибутковості за 5 років із врахуванням ставки дисконту:

$$E = \frac{\Pi_{\text{п.пр}}}{K} < 1 \quad (3.3)$$

Якщо $E_{\text{п}} > 1$, тоді є зміст у впровадженні запропонованих заходів.

Для того, щоб знайти індекс прибутковості $E_{\text{п}}$ за 5 років, потрібно $\Pi_{\text{п}}$ привести (дисконтувати); для цього помножимо $\Pi_{\text{п}}$ на коефіцієнт приведення $K_{\text{пр}}$:

$$K_{\text{пр}} = \frac{(1 - (1 + E)^{-T})}{E_0} \quad (3.4)$$

$$K_{np} = (1 - (1 + 0,1 \cdot 5) / 0,1 = 1 - 0,62 / 0,1 = 3,8.$$

Де:

Ед=10% – ставка дисконту.

t=5 – років

$$П_{пр} = П_{п} * K_{np} \quad (3.5)$$

$$П_{пр} = 60,74 * 3,8 = 230,812 \text{ тис. грн}$$

Отже: $E_{пр} = 230,812 / 227 = 1,02$ – приведений економічний ефект більше одиниці (це при песимістичному варіанті).

При оптимістичному варіанті дорівнюватиме:

$$П_{пр} * k_{np} = 151,85 * 3,8 = 577,03 \text{ тис. грн}$$

$$E_{пр} = 577,03 / 227 = 2,54 \text{ – більше одиниці.}$$

Отже, зазначимо, аналізуючи отримані дані, що песимістичний та оптимістичний варіанти можуть бути враховані та реалізовані, оскільки індекс рентабельності в обох випадках більше одиниці.

Наступним кроком є розрахунок ефективності рекламних кампаній Шредера на зовнішніх ринках.

Основою для аналізу економічної ефективності результатів рекламної кампанії є статистичні та бухгалтерські дані щодо зростання товарообігу. Завдяки цим даним можна вивчати економічну ефективність одного рекламного засобу, рекламної кампанії та всієї рекламної діяльності компанії в цілому.

Вимірювання економічної ефективності рекламної кампанії є складним процесом, оскільки, як правило, такі заходи не дають повного негайного ефекту.

Крім того, зростання товарообігу часто викликано іншими (нерекламними) факторами. Наприклад, зміна купівельної спроможності споживача внаслідок зростання цін. Тому отримати абсолютно точні дані щодо економічної ефективності заходів щодо покращення фірмового стилю практично неможливо. Економічний ефект можна розрахувати лише приблизно.

Далі наводимо планові та прогнозовані витрати підприємства ТОВ «ЛІЗ-МАШ» на рекламу на 2018-2023 роки (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Фактичні та планові витрати підприємства ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

№ п/п	Показники	2018	2019	2020	2021	Прогнозовані витрати	
						2022	2023
1.	Витрати на рекламу	11100	11980	12710	13270	14075	14799
2.	Витрати на рекламу на зовнішніх ринках	7380	7990	8460	9180	9720	10310

Джерело: розроблено автором на основі додатку Б

Так, рекламний бюджет ТОВ «ЛІЗ-МАШ» у 2018 році склав 11100 тис. грн., у 2019 році – 11980 тис. грн., у 2020 році – 12710 тис. грн., у 2021 році – 13270 тис. грн. Орієнтовний прогнозний бюджет на 2021 рік становитиме 14075 тис. грн. і, відповідно, у 2022 році – 14799 тис. грн.

Рекламний бюджет ТОВ «ЛІЗ-МАШ» на зовнішніх ринках у 2018 році становив 7380 тис. грн., у 2019 р. – 7990 тис. грн., у 2020 р. – 8460 тис. грн., у 2021 р. – 9180 тис. грн. і, відповідно, прогнозується, що в 2022 році - 9720 тис. грн. та 10310 тис. грн. у 2023 році.

Зробимо прогноз відповідно до рекламного бюджету, прогнозованого доходу на зовнішньому ринку та додаткового доходу від рекламної діяльності та його прибутковості на зовнішніх ринках, табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок ефективності планових та прогнозних заходів ТОВ «ЛІЗ-МАШ» на зовнішніх ринках за період 2018-2023 рр.

№ п/п	Показники	Факт				Прогноз	
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Дохід підприємства на зовнішньому ринку	10034	10967	11045	11854	12360	12913
2.	Витрати на рекламу на зовнішніх ринках	738	799	846	918	9720	10310
3.	Прибуток, отриманий в результаті рекламування товару	22,14	28,764	32,148	35,802	41,796	47,323
4.	Рентабельність реклами, %	3,0	3,6	3,8	3,9	4,3	4,59
5.	Економічний ефект рекламування	313,0	375,0	391,0	418,0	457	490,1
6.	Додатковий товарооборот	272	291	314	337	358	379,8

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

Співвідношення рентабельності на зовнішньому ринку та відповідних витрат на рекламу ТОВ «ЛІЗ-МАШ» за 2018–2023 роки. показано на рис. 3.3.

Отже, рекламуючи продукцію підприємства на зовнішньому ринку, підприємство в рамках власної зовнішньоекономічної політики зможе збільшити свій дохід з 10 034 тис. грн. у 2018 році до 12 360 тис. грн. у 2022 році та 12913 тис. грн. у 2023 році (рис. 3.2).

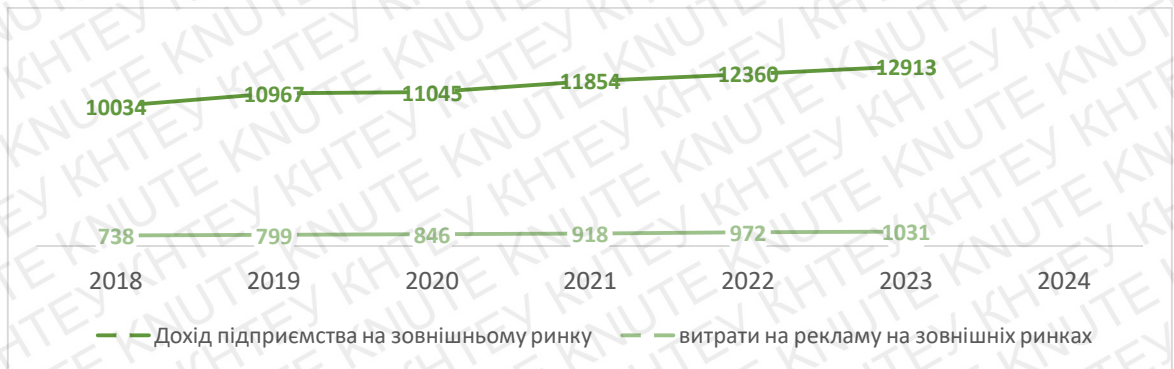


Рис.3.2. Залежність між доходністю на зовнішньому ринку та відповідними витратами ТОВ «ЛІЗ-МАШ» на рекламу на 2018–2021 роках, тис. грн.

Джерело: розроблено автором на основі додатку А

Загальна рентабельність реклами підприємства на зовнішніх ринках зростає з 3,0% у 2018 році до 4,59% у 2022 році.

Отже, варто збільшити витрати на рекламну компанію не тільки на внутрішньому ринку, але й на зовнішньому. Це допоможе привернути більше потенційних клієнтів за межами України та віднайти потенційних інвесторів та партнерів. Кожного року компанія збільшувала витрати на рекламу, але вона не була достатньо ефективною, адже не використовувались сучасні медіа-канали. На нашу думку, доцільно витрачати більше коштів, але з допомогою професійних маркетингових компаній, які якісно проводитимуть дослідження та просуватимуть компанію. Варто відзначити, що компанія не виділяє достатньо коштів на маркетингову діяльність, але менеджменту компанії варто приділити увагу саме маркетингову потенціалу, який забезпечує конкурентоспроможність компанії у міжнародному бізнесі.

Висновки до розділу 3. Обґрунтовано, що прибуток ТОВ «ЛІЗ-МАШ» після впровадження запропонованих заходів щодо вдосконалення науково-інноваційної складової та рекламних кампаній матиме тенденцію до зростання.

Оцінюючи перспективи та шляхи вдосконалення системи управління зовнішньоекономічною політикою ТОВ «ЛІЗ-МАШ», сформульовано такі висновки:

Рекомендовано, ТОВ «ЛІЗ-МАШ» провести попереднє маркетингове дослідження для виявлення нових ринкових можливостей через своїх іноземних партнерів (інвестиційні потоки з-за кордону, зокрема Бельгії). Також доцільно було б розробити довгострокову інноваційну стратегію з орієнтацією на зовнішні ринки. Запропоновані плани інноваційних маркетингових стратегій покликані привести підприємство до успіху, а саме – захоплення значної частки ринку та запланованих прибутків. Визначено цільові ринки, на яких необхідно працювати ТОВ «ЛІЗ-МАШ», а також напрями впровадження інноваційної діяльності на підприємстві.

Крім того, перспективним напрямком розвитку ТОВ «ЛІЗ-МАШ» є перехід на виробництво на основі принципів екологічності. Використання зелених видів транспорту, електронний документообіг, енергозбереження, благодійні відео конференції – це кроки, які мають великий вплив при регулярному використанні.

Для вдосконалення управління зовнішньоекономічною політикою та вибору найбільш пріоритетних напрямків розвитку ТОВ «ЛІЗ-МАШ» необхідно здійснити ряд заходів, спрямованих на розвиток науково-дослідної та розробної галузі, галузі науково-інноваційної інфраструктури та науково-технічної кооперації ТОВ «ЛІЗ-МАШ».

Загальна вартість впровадження інноваційних заходів становитиме 227 тис. грн., що стане основою для визначення ефективності. Аналізуючи отримані результати, зазначимо, що запропоновані заходи можуть бути

враховані керівництвом, оскільки їх ефективність незаперечна; індекс рентабельності в цьому випадку більше одиниці.

Досліджуючи рекламу як джерело інформації для споживачів, запропоновано метод формування рекламної стратегії, при якому оптимальний обсяг реклами для споживача досягається, якщо гранична корисність реклами для нього дорівнює його граничним витратам на отримання рекламної інформації. Застосування рекомендацій, наданих керівниками відділів маркетингу та реклами, сприятиме точнішій кількісній оцінці ефектів для різних обсягів реклами з урахуванням не тільки результатів реклами, а й витрат на досягнення їх, формування чіткого загальноприйнятого показника для порівняння різних рекламних кампаній і реклами з іншими видами. Інвестиції.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У роботі розроблено рекомендації щодо вдосконалення управління зовнішньоекономічною політикою на основі окремих стратегічних напрямів та функціонування господарської діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» та сформовано модель розвитку підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність може бути запроваджена лише після укладання нових договорів та вимог підприємства. Розвиток підприємства можливий після проведення процесів реструктуризації та реорганізації.

Дослідження дало змогу розкрити сутність, принципи та особливості управління зовнішньоекономічною політикою на підприємствах. Зовнішньоекономічна політика є складною системою, яку необхідно аналізувати з урахуванням таких зовнішньоекономічних зв'язків, як торгівля, надання фінансових, промислових, інвестиційних та інших послуг.

Проведено загальну організаційно-економічну характеристику досліджуваного підприємства ТОВ «ЛІЗ-МАШ». Проаналізувавши діяльність ТОВ «ЛІЗ-МАШ», можна підсумувати, що ця компанія займає досить сильні позиції на вітчизняному ринку видобування зеленої енергетики. ТОВ «ЛІЗ-МАШ» пропонує своїм клієнтам широкий асортимент продукції з широким спектром характеристик і різними конфігураціями в рамках однієї торгової марки. Якщо взяти до уваги коло основних показників господарської діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ», то підсумовуючи цей узагальнюючий висновок, можна сформулювати: ТОВ «ЛІЗ-МАШ» працює досить успішно, але деякі показники мають недостатні значення або просто розвиваються негативно протягом певного періоду.

Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «ЛІЗ-МАШ» дозволяє відзначити, що коефіцієнт рентабельності основної діяльності ТОВ «ЛІЗ-МАШ» протягом аналізованого періоду є нестабільним і має тенденцію до значного зниження.

Обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення процесу управління зовнішньоекономічною політикою ТОВ «ЛІЗ-МАШ». Для вдосконалення

зовнішньої політики та виділення найбільш пріоритетних напрямів розвитку ТОВ «ЛІЗ-МАШ» необхідно запровадити низький захід, спрямований на розвиток зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, на покращення інвестиційного клімату підприємства. Підприємство має намагатися максимально використати технічний потенціал, який не використовується у виробничому процесі, прагнути інвестувати в розвиток і підвищення кваліфікації виробничих кадрів, адже вони є основним надбанням будь-якої організації.

Проведено оцінку ефективності управління зовнішньоекономічною політикою підприємства ТОВ «ЛІЗ-МАШ». Визначено, що однією зі складових успіху підприємства є чітке визначення пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності щодо розвитку інноваційного процесу та їх узгодження з пріоритетами зовнішньоекономічної політики. Також важлива роль в управлінні зовнішньоекономічною політикою на підприємстві відводиться плануванню та визначенню ефективної стратегії в контексті забезпечення якості виробництва нової продукції.

Виходячи з рівня управління зовнішньоекономічною політикою ТОВ «ЛІЗ-МАШ», можна зробити висновок, що останніми роками в цьому суспільстві розпочався так званий технологічний прорив, який дав початок розробці сучасних апаратів видобування зеленої енергетики.

Досліджено стратегічну мету зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а саме реалізація розробки поетапного плану дій в аспекті поєднання та впровадження моделей розвитку зовнішньоекономічної діяльності в існуючий життєвий цикл підприємства. Запропонована модель потребуватиме певних коригувань залежно від зміни впливу факторів зовнішнього середовища і є логістичною.

При розгляді реклами як джерела інформації для споживачів пропонується використовувати метод формування рекламної стратегії, згідно з яким оптимальний обсяг реклами для споживача досягається, якщо гранична корисність реклами для нього дорівнює його граничні витрати на отримання

рекламної інформації. Використання цих рекомендацій керівниками відділів маркетингу та реклами призведе до більш точної кількісної оцінки економічного ефекту для різних обсягів реклами, сприяє обліку результатів реклами та витрат на їх досягнення.

Здійснено прогнозування тенденцій змін економічної ефективності зовнішньоекономічної політики підприємства в контексті реалізації розроблених заходів. Загальна вартість впровадження інноваційних заходів – 227 тис. грн. Ця сума стане основою для визначення ефективності. Аналізуючи отримані дані, зазначимо, що комплекс запропонованих заходів може бути врахований керівництвом, оскільки їх ефективність безумовна, показник рентабельності більше одиниці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Директива 2009/28/ЄС «Про заохочення до використання енергії виробленої з відновлюваних джерел». URL: https://saee.gov.ua/documents/dyrektyva_2009_28.pdf. (дата звернення 08.09.2021)
2. Закон України "Про альтернативні джерела енергії" № 24, ст.155. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555-15#Text> (дата звернення 09.09.2021)
3. Закон України "Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії" № 514. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-19#Text>. (дата звернення 07.09.2021)
4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р.,
5. Закон України «Про Митний тариф України» від 01.01.2013р., № 2371-III, 2014. № 20-21. С. 740
6. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» від 23.09.94 р. N 187/94-ВР, 1994. N 40. С.364
7. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій в галузі зовнішньоекономічної діяльності» від 23.12.1998 р. № 351, 1999. N 5-6. С.44
8. Агєєв Є.Я. Зовнішньоекономічна діяльність: основи, маркетинг, менеджмент, облік, ефективність, 2016. С. 480.
9. Багрова І.В. Міжнародна економічна діяльність України: навчальний посібник, 2019. – 384 с.
10. Богач А. Принципи та напрямки аналізу витрат на функціонування логістичних систем, 2015. С.23-26.
11. Бойчик І. М. Економіка підприємства: навчальний посібник, 2017. С.414
12. Вакульчик О.М. Діагностика зовнішньоекономічної діяльності підприємств, 2015. № 2, С. 91-98. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vamsue_2015_2_15.pdf (дата звернення 07.09.2021)
13. Відновлювані джерела енергії випереджають газ і вугілля у виробництві електроенергії в ЄС. URL: <https://www.agora-energiewende.de/presse/neuigkeiten-archiv/erneuerbare-energien-ueberholen-gas-und-kohle-in-der-eu-stromerzeugung/>. (дата звернення 08.09.2021)

14. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. пос., 2018. С. 206
15. Воронкова А.Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: монографія, 2018. С. 512.
16. Дем'янченко А.Г. Формування моделі комплексного аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності, 2015. №2. С. 22-28.
17. Дідківській М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник, 2016. С. 462.
18. Дмитрієв І.А. Конкурентоспроможність підприємства, 2020. URL: https://fmab.khadi.kharkov.ua/fileadmin/F-FUB/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B8_%D1%96_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0/ek_predpriyatiy/posobiya_pdf/%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%86%D0%91%D0%9D%D0%98%D0%9A_%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%9A%D0%A3%D0%A0.%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%84%D0%9C%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%90_2020_____.pdf. (дата звернення 07.09.2021)
19. Дятлова В.В. Механізми розвитку і безпеки економіки та суспільства : монографія, 2015. С. 172-182.
20. Економіка підприємства. Книга 1. [підручник для сту. вищих навч. закладів], 2014. С. 676.
21. Економіка підприємства: Навчальний посібник, 2019. С. 780 (розд. 15, С. 523-555).
22. Економічні профілі країн за Global Entrepreneurship – 2021. URL: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles>. (дата звернення 08.09.2021)
23. Енергетичний баланс 2019. URL: https://saee.gov.ua/sites/default/files/RE_SAEЕ_2019.pdf. (дата звернення 08.09.2021)
24. Ефремов В.В. Міжнародні економічні відносини: навч. посібник, 2016. С. 80.
25. Захаров К.В. Логістика, ефективність і ризики зовнішньоекономічних операцій: 2-е вид., доп., 2016. С. 260

26. "Зелена" енергетика: як бізнес стає екологічним. URL:
<https://www.epravda.com.ua/projects/ekonomika-bez-vykydiv/2021/05/17/673870/> (дата звернення 08.09.2021)
27. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник, 2018. С. 518.
28. Книшек О.О. Взаємозв'язок прийомів і сфер внутрішнього та зовнішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності підприємств, 2016. № 1. С. 87–99.
29. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник, 2016. С. 792.
30. Крилова Н.В. Міжнародна торгівля: навч. посіб. 2018. С. 365.
31. Кузнєцова Т.В. Управління потенціалом підприємства/ Т.В. Кузнєцова, Ю.В. Красовська, О.М. Подлевська. – 2017. URL
<http://ep3.nuwm.edu.ua/6913/1/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%B%D0%BE%D0%BC%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf>.
(дата звернення 08.09.2021)
32. Липов В.В. Практикум для самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни «Міжнародні економічні відносини»: тести, практичні та ситуаційні завдання: навч. - практ. посібник, 2018. С. 193.
33. Лисиця Н.Р. Міжнародний бізнес: теорія і практика: монографія, 2018. С.140.
34. Малий І.Й, Радіонова І.Ф., Куценко Т.Ф., та ін. Макроекономіка: базовий курс : навч. посіб., 2016. С. 246.
35. Малий О.Г. Оцінювання фінансового і ресурсного потенціалу за фінансовими показниками/ О. Г. Малий. – 2019. URL:
<http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/10394/1/3.pdf>. (дата звернення 07.09.2021)
36. Михайлов В.С. Методичні аспекти розрахунків експортних цін суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України, 2016. №5(36).С. 68-72.

37. Мішенін Є.В. Оцінка потенціалу підприємства / Є. В. Мішенін, О. М. Дутченко, Т.О. Семенко. – 2017. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/67607/1/Mishenin_otsinka.pdf;jsessionid=A6C94750E7C228128D5F66E15EDBFCD4. (дата звернення 09.09.2021)
38. 2021 Index of Economic Freedom URL: <https://www.heritage.org/index/> (дата звернення 07.05.2021)
39. Bloomberg URL: https://about.bnef.com/blog/clean-energy-defies-fossil-fuel-price-crash-to-attract-record-329bn-global-investment-in-2015/?utm_medium=microsite&utm_campaign=BNEF2015&utm_source=PRlink&utm_content=link&utm_term= (дата звернення 09.09.2021)
40. Doing Business 2020. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/rankings> (дата звернення 07.09.2021)
41. Renewable energy statistics URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Renewable_energy_statistics. (дата звернення 07.09.2021)
42. The Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (дата звернення 07.09.2021)

ДОДАТКИ

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ЛІЗ- МАШ"

Дата(рік,місяць,число)

Коди		
2018	01	01
40655962		
3524010100		
240		
35.11		

Територія **КІРОВОГРАДСЬКА**

за ЄДРПОУ

Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю**

за КОАТУУ

Вид економічної діяльності **Виробництво електроенергії**

за КОПФГ

Середня кількість працівників, осіб **3**

за КВЕД

Одиниця виміру: **тис. грн. з одним десятковим знаком**

Адреса, телефон **вулиця Соборна, буд. 51, м. НОВОУКРАЇНКА, НОВОУКРАЇНСЬКИЙ РАЙОН, КІРОВОГРАДСЬКА обл., 8072544**

1.Баланс на 31 грудня 2017 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
1	2	На початок звітного року	3	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи				
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-		6 945,3
Основні засоби	1010	-		359,0
первісна вартість	1011	-		374,1
знос	1012	(-)	(-)	15,1
Довгострокові біологічні активи	1020	-		-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-		-
Інші необоротні активи	1090	-		-
Усього за розділом I	1095	-		7 304,3
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	-		404,0
у тому числі готова продукція	1103	-		-
Поточні біологічні активи	1110	-		-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	-		15,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-		1 535,7
у тому числі з податку на прибуток	1136	-		-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	87,2		-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-		-
Гроші та їх еквіваленти	1165	11,5		6,3
Витрати майбутніх періодів	1170	-		-
Інші оборотні активи	1190	-		-
Усього за розділом II	1195	98,7		1 961,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
Баланс	1300	98,7		9 265,5

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	10 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(118,0)	(288,2)
Неоплачений капітал	1425	(90,0)	(456,5)
Усього за розділом I	1495	92,0	9 255,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	6,7	7,7
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	2,5
Усього за розділом III	1695	6,7	10,2
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	98,7	9 265,5

2. Звіт про фінансові результати
за **Рік 2017**

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	-	-	
Інші операційні доходи	2120	-	-	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	-	-	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(-)	(-)	
Інші операційні витрати	2180	(170,2)	(118,0)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(170,2)	(118,0)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	(170,2)	(118,0)	
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	(170,2)	(118,0)	

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)



ЕЦП

Свірицький І.О.

ЕЦП Мамонова Л.І.

Свірицький Ігор Олександрович

(ініціали, прізвище)

Мамонova Любова Іванівна

(ініціали, прізвище)

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ЛІЗ- МАШ"	Дата(рік,місяць,число)	Коди
Територія	КІРОВОГРАДСЬКА	за ЄДРПОУ	2019 01 01
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	40655962
Вид економічної діяльності	Виробництво електроенергії	за КОПФГ	3524010100
Середня кількість працівників, осіб	4	за КВЕД	240
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком		35.11
Адреса, телефон	вулиця Соборна, буд. 51, м. НОВОУКРАЇНКА, НОВОУКРАЇНСЬКИЙ РАЙОН, КІРОВОГРАДСЬКА обл., 27100		8072544

1.Баланс на 31 грудня 2018 р.

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006	
		На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6 945,3	7 217,4
Основні засоби	1010	359,0	326,6
первісна вартість	1011	374,1	374,1
знос	1012	(15,1)	(47,5)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	7 304,3	7 544,0
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	404,0	452,6
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	15,2	2 223,4
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1 535,7	1 703,9
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	223,9
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	6,3	39,8
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	1 961,2	4 643,6
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	9 265,5	12 187,6

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10 000,0	15 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(288,2)	(545,3)
Неоплачений капітал	1425	(456,5)	(4 000,0)
Усього за розділом I	1495	9 255,3	10 454,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	7,7	8,5
розрахунками з бюджетом	1620	-	9,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	0,5
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	2,5	1 714,7
Усього за розділом III	1695	10,2	1 732,9
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	9 265,5	12 187,6

2. Звіт про фінансові результати за Рік 2018

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 359,4	-
Інші операційні доходи	2120	5,2	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	2 364,6	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 198,2)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(416,8)	(170,2)
Інші витрати	2270	(6,7)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(2 621,7)	(170,2)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	(257,1)	(170,2)
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	(257,1)	(170,2)

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП Свірцевський
Ігор

Олександрович

ЕП Мамонова

Любов Іванівна

Свірцевський Ігор Олександрович

(ініціали, прізвище)

Мамонова Любов Іванівна

(ініціали, прізвище)

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу І)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ЛІЗ-МАШ"	Дата (рік, місяць, число)	Коди
Територія	КІРОВОГРАДСЬКА	за ЄДРПОУ	2020 01 01
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	40655962
Вид економічної діяльності	Виробництво електроенергії	за КОПФГ	3524010100
Середня кількість працівників, осіб	4	за КВЕД	240
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком		35,11
Адреса, телефон	вулиця Соборна, буд. 51, м. НОВОУКРАЇНКА, НОВОУКРАЇНСЬКИЙ РАЙОН, КІРОВОГРАДСЬКА обл., 27100		0993840612

І. Баланс на 31 грудня 2019 р.

Актив		Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
І		2	3	4
І. Необоротні активи				
Нематеріальні активи		1000	-	5,4
первісна вартість		1001	-	6,7
накопичена амортизація		1002	(-)	(1,3)
Незавершені капітальні інвестиції		1005	7 217,4	-
Основи засоби :		1010	326,6	10 454,9
первісна вартість		1011	374,1	10 793,9
знос		1012	(47,5)	(339,0)
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції		1030	-	-
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за розділом І		1095	7 544,0	10 460,3
ІІ. Оборотні активи				
Запаси :		1100	452,6	15,1
у тому числі готова продукція		1103	-	-
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	2 223,4	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом		1135	1 703,9	1 762,3
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість		1155	223,9	1 086,2
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти		1165	39,8	499,4
Витрати майбутніх періодів		1170	-	-
Інші оборотні активи		1190	-	166,6
Усього за розділом ІІ		1195	4 643,6	3 529,6
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	12 187,6	13 989,9

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	15 000,0	15 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(545,3)	(1 319,4)
Неоплачений капітал	1425	(4 000,0)	(2 600,0)
Усього за розділом I	1495	10 454,7	11 080,6
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	8,5	1 907,4
розрахунками з бюджетом	1620	9,2	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	0,5	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 714,7	1 001,9
Усього за розділом III	1695	1 732,9	2 909,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	12 187,6	13 989,9

2. Звіт про фінансові результати
за **Рік 2019** р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4 427,9	2 359,4
Інші операційні доходи	2120	9,2	5,2
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	4 437,1	2 364,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 323,9)	(2 198,2)
Інші операційні витрати	2180	(897,2)	(416,8)
Інші витрати	2270	(-)	(6,7)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(5 221,1)	(2 621,7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	(784,0)	(257,1)
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	(784,0)	(257,1)

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП Сергієвський
Ігор

Олександрович

Ірина

Володимирівна

Шаталова

Ірина Володимирівна

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ЛІЗ-МАШ"

Територія **КІРОВОГРАДСЬКА**

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Виробництво електроенергії

Середня кількість працівників, осіб

4

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон вулиця Соборна, буд. 51, м. НОВОУКРАЇНКА, НОВОУКРАЇНСЬКИЙ РАЙОН, КІРОВОГРАДСЬКА обл.

27100

Дата(рік,місяць,число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

Код		
2021	01	01
40655962		
3524010100		
240		
35.11		

0993840612

І.Баланс на 31 грудня 2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	5,4	3,2
первісна вартість	1001	6,7	6,7
накопичена амортизація	1002	(1,3)	(3,5)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	10 454,9	9 724,9
первісна вартість	1011	10 793,9	10 800,1
знос	1012	(339,0)	(1 075,2)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	10 460,3	9 728,1
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	15,1	228,4
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	-	4 200,7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1 762,3	1 434,3
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 086,2	512,3
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	499,4	10,3
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	166,6	0,2
Усього за розділом II	1195	3 529,6	6 386,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	13 989,9	16 114,3

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	15 000,0	15 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 319,4)	2 910,8
Неоплачений капітал	1425	(2 600,0)	(2 530,0)
Усього за розділом I	1495	11 080,6	15 380,8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 907,4	16,9
розрахунками з бюджетом	1620	-	9,7
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 001,9	706,9
Усього за розділом III	1695	2 909,3	733,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	13 989,9	16 114,3

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2020 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 132,6	4 427,9
Інші операційні доходи	2120	5,6	9,2
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	8 138,2	4 437,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3 659,7)	(4 323,9)
Інші операційні витрати	2180	(248,3)	(897,2)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(3 908,0)	(5 221,1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	4 230,2	(784,0)
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	4 230,2	(784,0)

Керівник

Головний бухгалтер



ЕП Сергєєвський

Ігор

Олександрович

Ірина

Володимирівна

Шаловадова Ірина Володимирівна

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

Додаток Б

Медіа-план ТОВ «ЛІЗ-МАШ»

МЕДІА-НОСІЙ	ПРИМІТКИ	серпень				вересень				жовтень				кількість виходів	Вартість за тиждень, грн.	Загальна вартість, грн.
<u>ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА</u>																
Біл-борди									50					2	75 000 (за місяць)	225 000
Сіті-лайти								5		5				2	5000 (за місяць)	15 000
Всього зовнішня реклама																240 000
<u>ПРЕСА</u>																
Власна газета	робимо один випуск			1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	30 000
Місцева газета 1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		11	1600	17 600
Всього преса																107 700
<u>ОНЛАЙН-РЕКЛАМА</u>																
Сайт 1			1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	*	від 2000
YouTube (реклама роликів)																15 000
Facebook+Instagram	дописи+таргет	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7			від 500\$/міс
Блогер 1				1				1			1			3	3500	7 500
Всього інтернет-реклама																50-100 000
<u>ТЕЛЕБАЧЕННЯ</u>																
Рейтинговий місцевий канал			1	1		1	1	1	1	2	1	2		12	4 000	48 000
Всього телебачення																64 000
<u>РАДІО</u>																
Люкс-FM, Хіт-FM, Радіо-шансон, RELAX, Ретро-FM						40	#	#	40	40	#	#		280	*	5000
Всього радіо																10 000
<u>ВЛАСНИЙ ВІДЕОПРОДАКШН</u>																
Тема 1: Знайомство з компанією та продуктом			#	#	30								30			
Тема 2: Успіх клієнтів					30	30	#									150 000
Тема 3: Розвиток зеленої енергетики			#				#	#								
Всього відеопродакшн																150000
<u>ДОДАТКОВА ПОЛІГРАФІЯ</u>																
Буклет: біографія, досягнення, програма				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	3000	15 000
<u>SMS, Email-РОЗСИЛКИ</u>																
Турбо-сервіс: привітання/соціально важливий привід				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1500 (за 1 розсилку)	15 000
Всього розсилки																15 000
																Середній бюджет від 500 тис грн до 2,5 млн грн*

Додаток В

**Результати економіко-логічного аналізу нормативної базис регулювання ТОВ
«ЛІЗ-МАШ»**

№ п/п	Назва Закону, нормативного акту, Інструкції, Положення, МСА, МСБО, МСФЗ, П(С)БО (з вихідними даними)	Стислий зміст та ступінь використання в процесі обліку, контролю та аналізу досліджуваних об'єктів
1.	Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993р. № 3125-XII (із змінами та доповненнями)	Визначає правові засади здійснення аудиторської діяльності в Україні і спрямований на створення системи незалежного фінансового контролю з метою захисту інтересів власників
2.	Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV (із змінами та доповненнями)	Визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні
3.	Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV(із змінами та доповненнями)	Визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності, а також права і обов'язки їх учасників та засновників.
4.	Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV(із змінами та доповненнями)	Визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності, а також права і обов'язки їх учасників та засновників.
5.	Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.1991р. № 1576-XII (із змінами та доповненнями)	Цей Закон визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності, а також права і обов'язки їх учасників та засновників.
6.	Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003р. № 755-IV (із змінами та доповненнями)	Цей Закон регулює відносини, що виникають у сфері державної реєстрації юридичних осіб, їхньої символіки (у випадках, передбачених законом), громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб - підприємців.
	Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» №959-XII, від 16.04.1991 р., із змінами і доповненнями від 01.01.2016 р., підстава 905-19 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29.	В законі наголос робиться на розкритті основних економічних категорій, які стосуються зовнішньоекономічної діяльності, та на питанні регулювання зовнішньоекономічної діяльності (особливо ролі державних органів в цьому процесі). Крім того, розкрито питання безпосередніх стосунків України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями, щодо захисту прав і інтересів держави та інших суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України, щодо відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності.