

**Міністерство освіти і науки України  
Державний торговельно-економічний університет  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Кафедра менеджменту та адміністрування**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

«Формування стратегії розвитку експортної діяльності підприємства в умовах  
інноваційної економіки»

(за матеріалами ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

«ОРГАНІК-Д»,

Тиврівський район, Вінницька область)

Здобувача вищої освіти  
IV курсу, групи МЗД-41д,  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньої програми «Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності»  
денної форми навчання

Ліни  
Гончарук

Науковий керівник  
д-р.екон.наук, доцент

Іван  
Заюков

Гарант освітньої програми  
канд.екон.наук

Ірина  
Семенюк

Вінниця 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	5
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОРГАНІК-Д»	11
2.1 Організаційна характеристика ТОВ «Органік-Д»	11
2.2 Аналіз експортно-імпортних операцій ТОВ «Органік-Д»	17
РОЗДІЛ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОМ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОРГАНІК-Д»	22
3.1. Вибір стратегічних альтернатив при формуванні стратегії розвитку експортної діяльності	22
3.2 Рекомендації щодо забезпечення формування стратегії розвитку експортної діяльності ТОВ «Органік-Д» в умовах інноваційної економіки	26
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36
ДОДАТКИ	38

## ВСТУП

*Актуальність дослідження* пов'язана із тим, що із зростанням інноваційної економіки, питання розвитку експорту в умовах інноваційної економіки стає все більш важливим для бізнесу. Інновації стають важливим джерелом конкурентних переваг. Підприємства повинні активно займатися дослідженнями і розробками, щоб створювати нові технології та продукти, які мають попит на міжнародних ринках. Формування стратегій розвитку експорту в умовах інноваційної економіки допомагає підприємствам ефективно використовувати свої інновації для збільшення обсягів експорту.

Питання стратегічного розвитку підприємства знайшли своє відображення в працях зарубіжних представників різних наукових течій, зокрема таких як: І. Ансофф, Дж. Барні, У. Глюк, П. Друкер, Б. Карлофф, Ф. Котлер, П. Макхью, Х. Мінцберг, М. Портер, Р. Румельт, Дж. Фон Нейман, А. Чандлер. Істотні надбання в дослідженні проблем формування стратегії підприємства мають такі вітчизняні та російські вчені, як І. А. Бланк, О. С. Виханський, В. Г. Герасимчук, О. П. Градов, І. Б. Гурков, В. С. Єфремов, Г. І. Кіндрацька, В. Д. Немцов, С. О. Попов, З. Є. Шершньова. Питаннями розроблення та планування стратегії ЗЕД українських підприємств займалися І. В. Багрова, Г. М. Дроздова, О. А. Кириченко, Є. Г. Панченко, І. О. Піддубний, Т. М. Циганкова та багато ін.

*Метою даної роботи* є дослідження стратегій розвитку експортної діяльності підприємств в умовах інноваційної економіки (на прикладі ТОВ «Органік-Д»).

*Завдання кваліфікаційної випускної роботи:*

- вивчити та ідентифікувати фактори, які впливають на успішну експортну діяльність в умовах інноваційної економіки;
- проаналізувати потенційні ринки та вивчити потенційні зовнішні ринки для експорту інноваційних продуктів або послуг;
- запропонувати стратегії експорту;

- оцінити ризики та ресурси, які впливають на успіх стратегії експорту;
- запропонувати рекомендації щодо впровадження стратегії розвитку експортної діяльності в умовах інноваційної економіки на прикладі ТОВ «ОРГАНІК-Д».

*Об'єктом дослідження* є процеси формування стратегії розвитку експортної діяльності підприємства в умовах інноваційної економіки.

*Предметом дослідження* є теоретичні та практичні засади аналізу експортних операцій, подальшої ефективності їх використання та формування відповідних стратегій в умовах інноваційної економіки на ТОВ «ОРГАНІК-Д».

*Методи дослідження.* У даній роботі використана низка методів дослідження об'єкта: діалектичний підхід до вивчення стану експортно-імпортних операцій на ТОВ «ОРГАНІК-Д», метод індукції – на етапі збору, систематизації і обробки інформації для проведення дослідження, метод аналізу і синтезу – для поєднання різних складових елементів економічних явищ в єдиному процесі.

*Інформаційною базою дослідження* стали законодавчі акти України, нормативні документи, підручники, матеріали науково-практичних конференцій, семінарів, та роботи вітчизняних та зарубіжних учених економістів з питань експортно-імпортних операцій, фінансової та статистичної звітності підприємства.

*Практична цінність* полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані на ТОВ «ОРГАНІК-Д» при формуванні стратегії розвитку експортної діяльності в умовах інноваційної економіки.

*Апробація наукових досліджень.* Результати апробовані на XII Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» (20.04.2023).

*Структура кваліфікаційної роботи.* Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку джерел та додатків. Основна робота викладена на 37 сторінках, містить 3 рисунки, 3 таблиці. Список використаних джерел містить 29 найменувань.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

З повільним зростанням внутрішнього ринку бізнеси все більше звертають увагу на міжнародний експорт. Експортна діяльність може допомогти компаніям збільшити доходи, підвищити конкурентоспроможність та розширити свої можливості. Проте, процес формування експортної стратегії може бути складним завданням. Основним напрямом руху підприємства до основної мети є створення ефективної стратегії. Не існує єдиного поняття щодо визначення стратегії та етапів її створення. Кожне підприємство саме обирає варіант стратегії, за якою буде рухатися у своїй діяльності. Так, вчений А. Мескон визначає стратегію як комплексний план, який є сформованим для здійснення місії організації та досягнення її цілей [1].

Стратегія являє собою напрям досягнення бажаного стану соціального та економічного розвитку підприємства на основі реалізації внутрішнього потенціалу та максимального використання позитивної спрямованості зовнішнього впливу. Стратегія експорту – це основоположна програма дій, яка визначає пріоритетні напрями діяльності підприємства на зовнішньому ринку з урахуванням наявних у підприємства ресурсів і вимог зовнішнього ринку. На ефективність стратегії підприємства впливає чимало факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Стратегія експортної діяльності може бути реалізована лише за умови врахування вимог зовнішнього середовища та наявності внутрішнього потенціалу для забезпечення відповідності між внутрішнім потенціалом та вимогами зовнішнього ринку [4].

Реалізація експортної діяльності пов'язана з необхідністю врахування системи державного регулювання країни експорту та країни імпорту в частині відповідності продукції, що експортується, вимогам безпеки та якості продукції, відповідності

промисловому та споживчому попиту країни імпорту, відповідності міждержавним домовленостям та обмеженням країни експорту тощо. Ефективність реалізації експортної стратегії досягається завдяки здатності продукції, що експортується, відповідати вимогам зовнішнього ринку, що забезпечується високим рівнем конкурентоздатності та відповідності основних функціональних здатностей продукції вимогам споживачів. Тому в процесі оцінювання впливу зовнішнього середовища оцінка конкуренції та оцінювання наявних та прихованих потреб споживача є запорукою її реалізації [6].

*Експортно-імпортні операції* – це американський винахід 50-х років минулого століття, який потім, через десятиріччя, американські ж підприємці перенесли до Європи, а згодом і до всіх країн. Багато дослідників і фахівців-практиків не поділяють таку думку, стверджуючи, що економічні відносини на зразок експортно-імпортних операцій існували задовго до початку нашої ери. Розбіжність у поглядах на історію експортно-імпортних операцій пов'язана з різним розумінням того, що саме становить експортно-імпортні операції. В економічній теорії та в практичній діяльності експортно-імпортних операцій може бути охарактеризований такими визначеннями [6]:

1. Спосіб кредитування підприємницької діяльності.
2. Спосіб купівлі-продажу основних засобів або права користування чужим майном.
3. Інвестиційна діяльність.
4. Одна з форм довгострокової оренди.

Експортно-імпортні операції використовують, коли фінансові ресурси підприємств та інвестиційні можливості держави обмежені, а вирішення питання покращення фінансового та економічного стану підприємства можливе лише на його основі, концентрації та поєднання капіталу й виробництва. Складність структури експортно-імпортних операцій призводить до того, що існують різні погляди науковців щодо його правової природи [12].

Виходячи з підходів маркетингу, існує два типи ринків: B2B (бізнес для бізнесу) та B2C (бізнес для споживача). Українські підприємства протягом

тривалого періоду здійснювали експорт на ринках В2В (сільськогосподарські, металургійні, добувні, хімічні, лісозаготівельні, текстильні, машинобудівні підприємства). Підприємства харчової, легкої, деревообробної промисловості у вигляді готових харчових продуктів, текстильних матеріалів та текстильних виробів, взуття, головних уборів, меблів орієнтовані на реалізацію стратегій експорту на ринках В2С [13]. Існує кілька видів експортних стратегій, які компанії можуть використовувати для розвитку своєї експортної діяльності. Ось декілька основних стратегій експорту:

1. *Прямий експорт*: Компанія продає свої товари або послуги безпосередньо закордонним споживачам або компаніям. Вона може використовувати власні зовнішньоекономічні підрозділи, дистриб'юторів або ритейлерів у цільових ринкових країнах.

2. *Непрямий експорт*: Компанія використовує посередників або проміжних агентів, таких як експортери, торговельні посередники або комісійні агенти, для продажу її товарів у закордонних ринкових країнах. Ці посередники можуть мати власні мережі дистрибуції та зв'язки на місці, що спрощує експортний процес.

3. *Стратегія ліцензування*: Компанія видає ліцензії на свою технологію, бренд або ноу-хау іншим компаніям у закордонних країнах. Ліцензіати можуть виготовляти та реалізовувати продукти під брендом або технологією ліцензіара в обмін на роялті або інші умови ліцензійної угоди.

4. *Франчайзинг*: Компанія надає право іншим компаніям, франчайзі, використовувати свою торгову марку, бренд, продукти або послуги у визначеній географічній області. Франчайзі платить франчайзеру певну суму грошей або відсоток від продажів у вигляді роялті.

5. *Спільне підприємство*: Компанія утворює спільне підприємство з партнером або компанією у закордонній країні для спільного виробництва або продажу товарів та послуг. Це дає можливість компанії отримати доступ до місцевого ринку, знань та ресурсів партнера.

6. *Аутсорсинг*: Компанія може аутсорсити виробництво своїх товарів у закордонну країну, що дозволяє знизити витрати на працю та інші виробничі ресурси. Вироблені товари потім експортуються на ринки споживачів.

Ці стратегії можуть використовуватися окремо або комбінуватися, залежно від конкретних цілей, ресурсів та умов компанії. Компанії також можуть змінювати свої експортні стратегії залежно від еволюції їх бізнесу та зовнішніх ринкових умов. Українські підприємства можуть стикатися з рядом проблем у побудові експортної стратегії. Деякі з найпоширеніших проблем включають:

1. **Відсутність знань та досвіду**: Багато українських підприємств можуть бути недостатньо підготовлені щодо міжнародної торгівлі та експорту. Вони можуть не мати достатнього розуміння міжнародних ринків, правил торгівлі, логістики та маркетингу, що ускладнює розробку ефективної експортної стратегії.

2. **Недостатній доступ до інформації**: Обмежений доступ до інформації про закордонні ринки, торговельні партнери, міжнародні стандарти та регуляції може ускладнювати побудову експортної стратегії. Недостатня доступність даних про потенційних клієнтів, конкурентів та ринкові тенденції може ускладнити прийняття обґрунтованих рішень щодо експорту.

3. **Фінансові обмеження**: Багато українських підприємств можуть мати обмежені фінансові ресурси для розробки та виконання експортної стратегії. Вартість міжнародної маркетингової кампанії, сертифікація продукції, встановлення дистрибуційних каналів та логістичних витрат можуть бути значними. Відсутність доступу до фінансових ресурсів може стати перешкодою для розвитку експорту.

4. **Нестабільність законодавства та політична ситуація**: Нестабільність законодавства та політична ситуація в Україні можуть вплинути на експортну стратегію підприємства. Зміни в регуляторному середовищі, податкові зміни, торговельні обмеження та політична нестабільність можуть створювати невизначеність та ризики для експортної діяльності.

5. **Відсутність маркетингових та продажних навичок**: Українські підприємства можуть мати недостатній досвід у розвитку маркетингових та



продажних стратегій для залучення закордонних клієнтів. Нестача навичок у міжнародному маркетингу, рекламі, веденні переговорів та встановленні контактів може стати перешкодою для ефективного експорту.

Для подолання цих проблем важливо інвестувати у підготовку та навчання персоналу, підтримувати співпрацю зі сторонніми консультантами та експертами з міжнародного бізнесу, активно використовувати державні та приватні ініціативи для підтримки експорту та розширення мережі бізнес-контактів у закордонних ринках. Побудова досконалої експортної стратегії для українського підприємства вимагає систематичного підходу та ретельного планування. Ось кілька кроків, які можуть допомогти у побудові ефективної експортної стратегії.

*Дослідження ринку:* проведіть детальне дослідження цільових ринків, щоб з'ясувати потенційну попит на ваші товари або послуги, конкуренцію, маркетингові тренди та правила торгівлі. Оцініть ризики та можливості, пов'язані з кожним ринком. Визначення цілей та стратегічного планування: Визначте чіткі цілі, які ви бажаєте досягти на закордонних ринках. Розробіть стратегію, яка визначає вашу унікальну пропозицію цінності, сегменти ринку, дистрибуційні канали та маркетингові підходи.

*Аналіз конкурентів:* вивчайте конкурентів на цільових ринках. Дізнайтеся, як вони позиціонуються, які маркетингові стратегії використовують, які переваги та недоліки є у їхніх пропозиціях. Це допоможе вам розробити свої конкурентні переваги. Вибір експортної стратегії: Розгляньте різні експортні стратегії, такі як прямий експорт, непрямий експорт, ліцензування, франчайзинг або спільне підприємство. Виберіть стратегію, яка найкраще відповідає вашим цілям, ресурсам та особливостям вашого бізнесу.

*Розвиток маркетингового плану:* розробіть детальний маркетинговий план для кожного цільового ринку. Він повинен включати стратегії просування продукту, цінову політику, рекламу та зв'язки зі ЗМІ, вибір дистрибуційних каналів та впровадження маркетингових заходів.

*Логістика та дистрибуція:* розробіть ефективну логістичну систему для доставки товарів або послуг на закордонні ринки. Розгляньте питання, пов'язані з

упаковкою, транспортом, зберіганням та митними процедурами. Фінансування та ризиковий менеджмент: Розгляньте можливості фінансування для реалізації експортної стратегії, такі як державні програми підтримки експорту або банківські кредити. Оцінюйте ризики, пов'язані зі змінами валютних курсів, політичною нестабільністю та іншими факторами.

*Постійне вдосконалення та моніторинг:* регулярно оцінюйте результати вашої експортної стратегії, аналізуйте їх ефективність та вносьте корективи, якщо необхідно. Слідкуйте за змінами на ринках та адаптуйтеся до нових умов. Важливо також залучати професіоналів з міжнародного бізнесу та консультантів, які мають досвід в експортних операціях, для отримання додаткових знань та підтримки у реалізації вашої експортної стратегії.



## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОРГАНІК-Д»

#### 2.1. Організаційна характеристика ТОВ «Органік-Д»

Підприємство ТОВ «ОРГАНІК Д» було засноване 8 листопада 2017 року в в Україні Вінницька область, Тиврівський район, місто Гнівань, вулиця Польова, будинок 4А. Основними характеристиками заводу ТОВ «ОРГАНІК Д» є:

- виробнича площа: 11.985 м<sup>2</sup>;
- адміністративна площа: 2530 м<sup>2</sup> ;
- складська площа: 1.680 м<sup>2</sup> та 1680 м<sup>2</sup>№;
- 3640 працівників на початок 01/2012.

Основними видами діяльності заводу ТОВ «ОРГАНІК Д» є:

- вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур;
- вирощування ягід, горіхів, інших плодових дерев і чагарників;
- відтворення рослин;
- розведення великої рогатої худоби молочних порід;
- розведення іншої великої рогатої худоби та буйволів;
- змішане сільське господарство;
- допоміжна діяльність у рослинництві;
- післяурожайна діяльність;
- лісозаготівлі;
- надання допоміжних послуг у лісовому господарстві.

Крім того, організація займається також іншими видами діяльності, зокрема: інші види перероблення та консервування фруктів і овочів; лісопилне та стругальне виробництво; виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів; діяльність посередників у торгівлі сільськогосподарською сировиною, живими тваринами, текстильною сировиною та напівфабрикатами;

діяльність посередників у торгівлі деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами; оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин; оптова торгівля фруктами й овочами; надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування; надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютерів; надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.; оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням; оптова торгівля хімічними продуктами; оптова торгівля іншими проміжними продуктами; роздрібна торгівля фруктами й овочами в спеціалізованих магазинах; вантажний автомобільний транспорт; складське господарство; допоміжне обслуговування наземного транспорту; інша допоміжна діяльність у сфері транспорту; надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна; надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів.

Запорукою природнього росту овочів є натуральне добриво отримане шляхом переробки відходів тваринництва. «Органік-Д» одна з перших компаній України, де втілюються найсміливіші аграрні та технологічні рішення у галузі культивування коренеплодів та інших культур на органічному добриві. Другий чинник успішного розвитку компанії полягає у правильному зберіганні готової продукції. Сучасний склад оснащений комплексом інженерних систем кращих європейських брендів і спроектований з метою максимально утримати первинний вигляд овочів.

У 2019 році компанія започаткувала екологічно чистий бренд продукції Organic-D. Продукція ТОВ «Органік-Д» має сертифікат GLOBAL G.A.P. – визнану в усьому світі серію сільськогосподарських стандартів, які встановлюють практику ведення сільського господарства. Керівником підприємства «ОРГАНІК-Д, ТОВ» є Кричковський Вадим Юрійович, згідно з даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України.

Варто почати з того, що підприємство «Органік Д» входить до групи компаній аграрного напрямку AIP community. Їх партнери – свинокомплекс «Субекон», розташований поруч. Коли свинокомплекс був побудований, встало питання утилізації відходів тварин. Оптимальним рішенням виявилася біогазова станція, на

якій відбувається переробка цих відходів. Після запуску станції керівництво проаналізували речовину, що утворюється в результаті її роботи. З'ясувалося, що за своїми характеристиками це натуральне, насичене азотом добриво. Завдяки анаеробному зброджуванню залишків тваринного виробництва знищуються патогенні мікроорганізми, а отримана речовина дозволяє збагатити ґрунт гумус-утворювальними кислотами, чим сприяє активному відновленню родючості землі.

Команда підприємства спробували домовитися з місцевими фермерами про те, щоб вони безкоштовно брали в них добриво, а їм за партнерською ціною продавали зерно для годівлі свиней. Однак місцеві фермери поставилися до такої пропозиції доволі насторожено. Та й фермерів на той момент було в їх регіоні небагато, основні масиви землі орендував великий агрохолдинг. Отже, керівництво ТОВ «ОРГАНІК-Д» вирішили зайнятися рослинництвом самостійно.

Компанія створювалася на основі аналізу ринку, який показав, що в Центральній Україні небагато господарств цього напрямку. У Вінницькій області ТОВ «ОРГАНІК-Д» поки єдиний виробник, що вирощує овочі у великих промислових масштабах. Вирощувати зернові на площі 300 га нерентабельно, для цього потрібно мати хоча б 1000 га. Залучити великі площі в обробіток – проблема, вся земля в оренді. Та й орендна плата зростає щороку. Якщо в «ОРГАНІК-Д» для овочевих культур орендна плата займає лише 4% у собівартості продукції, то в собівартості зернових культур – 37%.

В овочівництві затрати на один гектар моркви сягають 110–130 тис. гривень за сезон, але й дохід більший. У зернові культури треба вкласти на гектар 12–13 тис., але й заробіток менший у рази. Разом з тим, для стимулювання додаткових інвестицій необхідно вирішити цілий ряд проблем, які перешкоджають продуктивній роботі підприємства і ускладнюють процес інвестування.

Щоб доповнити загальну характеристику підприємства проаналізуємо його фінансовий стан за наступною схемою:

- аналіз майна підприємства;
- оцінка ліквідності;
- характеристика фінансової стійкості;

- аналіз ділової активності;
- визначення рентабельності.

Підприємницьку діяльність господарюючої системи забезпечує певне майно, щодо якого контролюються вигоди, отримані від його використання та переймаються ризики з ним пов'язані [24, 89]. У процесі здійснення своєї діяльності величина активів підприємства та їх структура постійно змінюються. Проаналізувати показники динаміки і структури майна підприємства можна шляхом горизонтального і вертикального аналізу даних балансу.

Проведемо структурний аналіз майна ТОВ «ОРГАНІК Д», а отримані дані зобразимо в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Структура майна ТОВ «ОРГАНІК Д» за 2020 – 2022 рр.

Назва показника, тис. грн.	2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відхилення по абсолютних показниках		
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	2021/ 2020 р.	2022/ 2021 р.	2022/ 2020 р.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Необоротні активи	183877	79	181797	73,76	202808	77,02	-2080	21011	18931
2.Оборотні активи у тому числі	48879	21	64679	26,24	60514	22,98	15800	-4165	11635
-виробничі запаси	8563	3,68	9594	3,89	7047	2,68	1031	-2547	-1516
-дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	34736	14,92	51768	21	48078	18,26	17032	-3690	13342
-грошові кошти та їх еквіваленти	5360	2,30	4225	1,71	2143	0,81	-1135	-2082	-3217
- інші оборотні активи	220	0,09	385	0,16	60514	22,98	165	60129	60294
Баланс	232756	100	246476	100	263322	100	13720	16846	30566

Аналізуючи динаміку статей балансу за 2020 р., ми визначили, що майно підприємства у 2020 р. становило 232 756,0 тис. грн., в тому числі необоротні активи 183 877,0 тис. грн. та оборотні – 48 879,0 тис. грн. У 2021 р. порівняно з 2020 р. майно підприємства збільшилось на 13 720,0 тис. грн. і становило 246 476,0 тис. грн. Це збільшення відбулося в основному за рахунок зростання вартості як оборотних (15 800,0 тис. грн.), так і необоротних (на -2 080,0 тис. грн.) активів.

Аналіз динаміки активу балансу за 2022 р. показав, що майно підприємства збільшилось на 16846,0 тис. грн. у порівнянні з 2021 р. і станом на 31.12.20 р. становило 263 322,0 тис. грн. При цьому слід відмітити, що у 2021 р. у порівнянні з попереднім роком частка необоротних активів у майні підприємства збільшилась на 3,3 %, а відповідно частка оборотних активів зменшилась на 3,3 %.

Частка оборотних активів у майні підприємства є меншою ніж частка необоротних, що свідчить про важку структуру майна, що свідчить про значні накладні витрати і високу чутливість до зміни виручки. Щодо структури оборотних активів, то найбільшу частку займає дебіторська заборгованість підприємства і поступово збільшується з 14, 92 % до 21 %, з 2020 до 2021 відповідно.

Інформація, яка наводиться в пасиві балансу, дає змогу побачити інформацію про власний капітал, визначити зміни в структурі власного і позикового капіталу, розмір залучених і в оборот довгострокових і короткострокових позикових коштів. Пасив показує, звідки взяли кошти і кому підприємство за них зобов'язане, інформацію про суму доходів установи, які відшкодовують витрати за рахунок коштів загального і спеціального фондів за звітний період [41].

Структура джерел формування майна ТОВ «ОРГАНІК Д» за 2020 – 2021 рр. зображено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Структура джерел формування майна ТОВ «ОРГАНІК Д» за 2020 – 2021 рр.

Назва показника, тис. грн.	2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відхилення по абсолютних показниках		
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	2020/2021 р.	2021/2020 р.	2022/2020 р.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Власний капітал	-13685	-5,9	875	0,4	14012	5,3	14560	13137	27697
2.Забезпечення майбутніх витрат і платежів	1076	0,5	2176	0,9	2868	1,1	1100	692	1792
3.Позикові кошти, з них:	245365	105,4	243425	98,7	246442	94,6	-1940	3017	1077
- довгострокові зобов'язання	231529	99,5	197556	80,2	177725	67,5	-33973	-19831	-53804
-короткострокові зобов'язання у тому числі:	13836	5,9	45869	18,5	68717	27,1	32033	22848	54881
- кредиторська заборгованість	10582	4,5	7329	3,0	18331	7,0	-3253	11002	7749
-поточні зобов'язання за розрахунками	3254	1,4	3850	1,5	1538	0,6	596	-2312	-1716
- інші короткострокові зобов'язання	0	0	34690	14,0	48848	19,5	34690	14158	48848
Баланс	232756	100	246476	100	263322	100	13720	16846	30566

Проведений аналіз структури джерел формування майна підприємства і оцінка його капіталу, дають можливість стверджувати, що підприємство залучає значні кошти із зовнішніх джерел, а це свідчить про збільшення його зобов'язань. Сума власного капіталу у 2021 р. порівняно з 2020 р. збільшилася на 14 560,0 тис. грн.

У 2021 р. в підприємства зменшились позикові кошти на суму 1 940,0 тис. грн. При цьому довгострокові зобов'язання зменшились на 33 973,0 тис. грн., а



короткострокові збільшилися 32 033,0 тис. грн. В 2022р. сума власного капіталу збільшилась ще на 13 137,0 тис. грн. Сума позикових коштів збільшилась на 3 017,0 тис. грн. Це відбулось за рахунок зростання короткострокових зобов'язань на 22 848,0 тис. грн і зменшенні при цьому довгострокових на 19 831,0 тис. грн.

Ліквідність активів – характеристика окремих видів активів підприємства по їх здатності до швидкого перетворення в грошову форму без втрати своєї балансової вартості з метою забезпечення необхідного рівня платоспроможності підприємства [8–29]. З цієї точки зору можна виділити ліквідні і важко ліквідні активи. До ліквідних активів відносяться оборотні активи підприємства: грошові кошти та короткострокові фінансові вкладення; дебіторська заборгованість; запаси. До важко ліквідних активів відносяться необоротні активи підприємства. Аналіз ліквідності активів підприємства допомагає визначити можливість покриття зобов'язань підприємства його активами, строк перетворення яких у грошові кошти відповідає строку погашення зобов'язань.

Отже, баланс підприємства за досліджений період не є абсолютно ліквідним. Таке, становище тягне за собою погіршення фінансового стану підприємства.

## 2.2. Аналіз експортно-імпортних операцій ТОВ «ОРГАНІК-Д»

У процесі аналізу експортно-імпортних операцій необхідно зробити порівняння показників ефективності використання основних засобів як основного об'єкта експортно-імпортних операцій, встановити відхилення, визначити причини цих відхилень і врахувати їх в укладенні наступних угод.

В умовах ринкової економіки і конкуренції успішно функціонують ті виробники, які ефективно використовують свої ресурси, зокрема основні засоби. Економічна ефективність функціонування основних засобів є складовою частиною результату використання всіх виробничих ресурсів підприємства. Від інтенсивності й ефективності використання основних засобів залежить дохідність капіталу і багато інших показників діяльності.

Забезпеченість підприємства основними засобами у необхідній кількості та асортименті, ступінь їх використання є одним із вирішальних чинників підвищення ефективності виробництва. Це питання вивчається за даними звітності, у якій відображається в згрупованому вигляді наявність основних засобів, їх рух, у тому числі введення в дію за аналізований період. У ході аналізу порівнюють фактичну наявність основних засобів на підприємстві з плановою потребою в них [17].

Для аналізу ефективності використання основних засобів використовується також показник фондомісткості, який є оберненим показником до показника фондovіддачі. Фондомісткість показує, скільки в середньому (за вартістю) використовується на підприємстві основних виробничих засобів для виробництва продукції вартістю 1 грн. У 2020 р. для виробництва 1 грн продукції використовувалось 1,32 грн основних засобів, в 2021 р. – 1,34 грн, в 2022 р. – 1,23 грн. Підвищення значення показника пояснюється збільшенням вартості основних засобів.

Факторний аналіз фондovіддачі проводиться за двома напрямками: вивчення впливу факторів на зміну фондovіддачі, та вивчення впливу фондovіддачі на обсяг виробництва продукції.

Використовуючи різні методики можна побудувати мультиплікативну модель, за допомогою якої виявляється вплив окремих факторів на зміну фондovіддачі. Робиться це шляхом перетворення формули фондovіддачі способами розширення і подовження факторної системи за рахунок введення в неї параметрів, потрібних для побудови моделі, логічної та зручної для обробки [23].

Модель факторного аналізу фондovіддачі та обсягу продукції наведено на рис. 2.1.

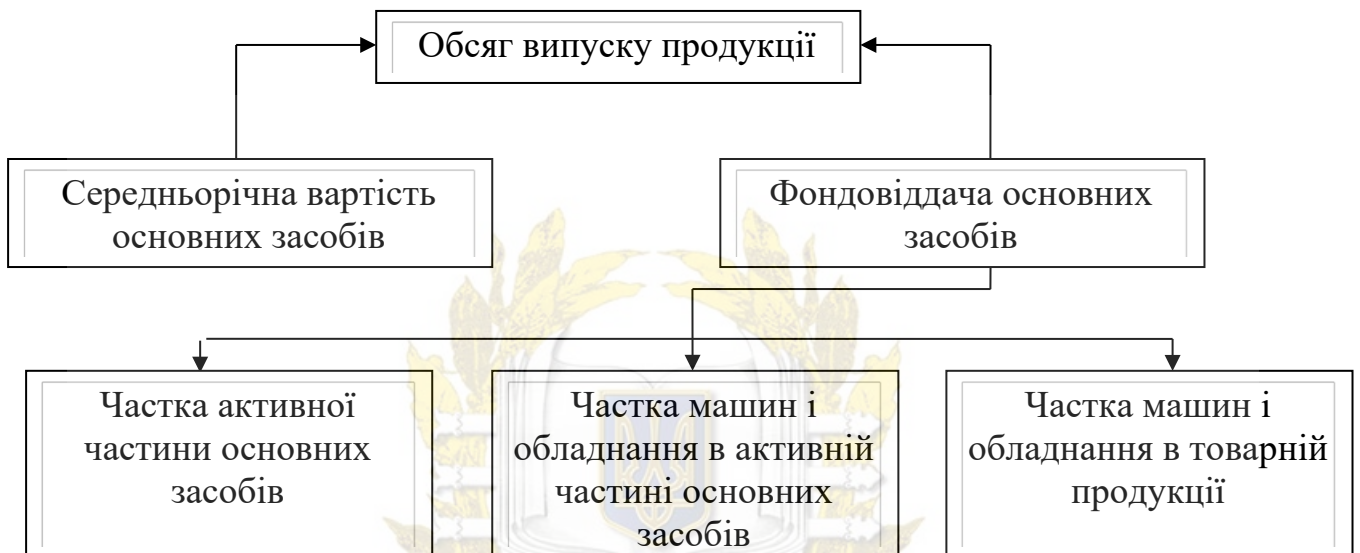


Рисунок 2.1 – Структурно-логічна модель факторного аналізу фондовіддачі та обсягу продукції [19]

Таблиця 2.3 – Розрахунок факторів, що впливають на зміну фондовіддачі основних засобів на ТОВ «ОРГАНІК Д» за 2020 – 2022 рр.

№	Показник	Значення показника			Абсолютні зміни показника	
		2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
1	2	3	4	5	6	7
1.	Виробництво продукції та надання послуг в діючих цінах, тис.грн	135462	165192	205486	29730	40294
2.	Середньорічна вартість, тис. грн:	178972,5	222200	253128	43227,5	30928
3.	а) основних засобів					
3.	б) активної частини основних засобів	15353,5	17510	20034	2156	2524,5
4.	в) буряка та капусти	8426	10310	12687,5	1883,5	2378
5.	Частка активної частини основних засобів, % (Ч <sup>а</sup> )	8,58	7,89	7,91	-0,69	0,02
6.	Частка цибулі та моркви (Ч <sup>м</sup> )					
6.	а) в активній частині основних засобів, % :	54,88	58,88	63,33	4,00	4,45
7.	б) у загальній сумі основних засобів, %	4,71	4,64	5,01	-0,07	0,37

## Продовження таблиці 2.3

№	Показник	Значення показника			Абсолютні зміни показника	
		2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
1	2	3	4	5	6	7
8.	Фондовіддача основних засобів ( $\Phi_{\text{воз}}$ ), грн	0,757	0,743	0,812	-0,014	0,069
9.	Фондовіддача активної частини основних засобів (%,,), грн	8,823	9,434	10,257	0,611	0,823
10.	Фондовіддача буряка та капусти ( $\Phi_{\text{к}}$ ), грн	16,077	16,023	16,196	-0,054	0,173

Отже, рівень фондovіддачі змінюється під впливом різних факторів, які певним чином пов'язані як зі зміною обсягу продукції, так і з ефективністю використання основних виробничих фондів. Із проведеного аналізу ми визначили наступний вплив факторних показників на зміну фондovіддачі у 2020 – 2021 рр.:

- за рахунок зменшення частки активної частини основних засобів на 0,69% фондovіддача зменшилася на 0,061 грн;
- за рахунок збільшення частки буряка та капусти в активній частині основних засобів на 4 % фондovіддача збільшилася на 0,051 грн;
- за рахунок зменшення фондovіддачі цибулі та моркви на 0,054 грн фондovіддача зменшилася на 0,004 грн.

Використавши спосіб ланцюгової підстановки, можемо розрахувати вплив факторів на зміну фондovіддачі обладнання. Негативно впливають на рівень фондovіддачі та обсяг виробництва продукції зниження частки активної частини фондів, збільшення частки дорогого обладнання, надпланові цілоденні та внутрішньозмінні простой техніки.

Проведення оцінки ефективності експортно-імпортних операцій пов'язано з тим, що експортно-імпортні операції є одним зі способів прискореного оновлення

основних засобів. Він дає змогу підприємству одержати у своє розпорядження засоби виробництва, не купуючи їх і не стаючи їхнім власником.

Переваги експортно-імпортних операцій для орендатора полягають в тому, що:

1. Підприємство-користувач звільняють від необхідності інвестування одноразової значної суми, а тимчасово вивільнені суми грошових коштів може бути використано на поповнення власного оборотного капіталу, що підвищує його фінансову стійкість.

2. Гроші, заплачені за оренду, враховують як поточні витрати, що входять у собівартість продукції, у результаті чого на цю суму зменшується оподатковуваний прибуток.

3. Підприємство-орендатор замість звичайного гарантійного терміну одержує гарантійне обслуговування обладнання на весь термін оренди.

4. З'являється можливість швидкого нарощування виробничої потужності, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства [27].

Крім того, експортно-імпортні операції дають підприємству-орендатору певні нефінансові переваги. Для підприємства, що використовує обладнання, яке швидко застаріває, наприклад обчислювальну техніку, це може бути засобом, щоб застрахуватися від його знецінення. І цей засіб буде тим ефективнішим, проте й дорожчим, чим термін договору менший від терміну фізичної служби орендованого майна. Експортно-імпортних операцій як альтернативний фінансовий прийом заміняє джерела довгострокового і короткострокового фінансування. Тому, переваги і недоліки експортно-імпортних операційових операцій порівнюють насамперед з перевагами й недоліками традиційних джерел фінансування інвестицій (довгострокових і середньострокових кредитів).

### РОЗДІЛ 3

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОМ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОРГАНІК-Д»

3.1. Вибір стратегічних альтернатив при формуванні стратегії розвитку експортної діяльності

Характеризуючи стан аналізу та аналізу на підприємствах, які є учасниками експортно-імпорتنих відносин, можемо стверджувати, що сучасний етап становлення ринкових відносин вимагає нових підходів до формування об'єктивної та достовірної аналізово-звітної інформації як на макро-, так і на мікрорівнях. У зв'язку з цим аналіз операцій з технікою, що передається в експортно-імпорتنих операцій підприємствам, має базуватися на вимогах міжнародних стандартів бухгалтерського аналізу та враховувати специфіку функціонування учасників експортно-імпорتنих відносин.

Існує декілька напрямків удосконалення аналізу та аналізу експортно-імпорتنих операцій зображені на рис. 3.1.

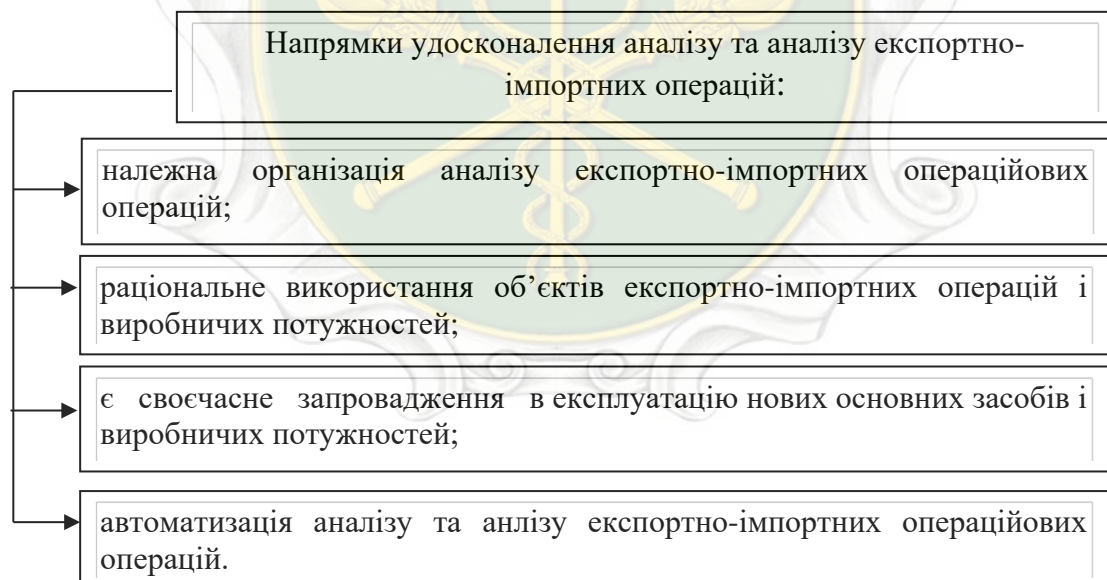


Рисунок 3.1 – Напрямки удосконалення аналізу та аналізу експортно-імпорتنих операцій.

Вивчення питання використання експортно-імпортних операційового механізму на промислових підприємствах є досить актуальним, оскільки в Україні вони мало застосовуються порівняно із зарубіжними країнами, але слід зазначити, що проведення експортно-імпортних операційових операцій є достатньо безпечним для підприємств, оскільки при їх здійсненні дотримуються принципи цільового використання кредиту й забезпеченості його ліквідною заставою.

Проведені дослідження свідчать, що одним із найважливіших аспектів удосконалення аналізу експортно-імпортних операційових операцій є належна його організація, яка повинна відповідати основним принципам чинного законодавства та забезпечувати адаптацію бухгалтерського аналізу до сучасних умов господарювання.

Однієї з найбільш важливих задач розвитку підприємства є забезпечення виробництва насамперед за рахунок підвищення його ефективності і більш повного використання внутрішньогосподарських резервів. Для цього необхідно раціональніше використовувати об'єкти експортно-імпортних операцій і виробничі потужності.

Збільшення обсягів виробництва продукції досягається за рахунок:

- 1) Запровадження в дію оновлених об'єктів експортно-імпортних операцій і виробничих потужностей.
- 2) Поліпшення використання діючих об'єктів експортно-імпортних операцій і виробничих потужностей.

Приріст об'єктів експортно-імпортних операцій і виробничих потужностей досягається завдяки новому будівництву, а також реконструкції і розширенню діючих підприємств.

Однієї з найважливіших задач підвищення ефективності використання капітальних вкладень і об'єктів експортно-імпортних операцій є своєчасне запровадження в експлуатацію нових основних засобів і виробничих потужностей, швидке їх освоєння. Скорочення строків введення в експлуатацію нового обладнання дозволяє швидше одержати продукцію з технічно більш досконалих основних засобів, прискорити їхній оборот і тим самим уповільнити настання

морального зносу основних фондів підприємств, підвищити ефективність суспільного виробництва в цілому.

Ще одним перспективним шляхом удосконалення експортно-імпортних операцій є автоматизація. Комп'ютеризація є одним з основних напрямків удосконалення і підвищення ефективності бухгалтерського аналізу, чи не єдиним засобом підвищення росту продуктивності праці, досягнення оперативності та достатньої аналітичності аналізового процесу.

У нових – ринкових умовах господарювання, на етапі трансформації економіки та аналізової системи країни, значно зріс обсяг економічної інформації, на яку необхідно своєчасно та адекватно реагувати. Це призводить до ускладнення бухгалтерського аналізу і збільшення навантаження на аналізовий апарат, котрий повинен забезпечити обробку цієї інформації для прийняття ефективних та дієвих рішень. Для вирішення цієї проблеми суб'єктами господарювання створюються інформаційні системи, які покликані розв'язати складні ситуації у фінансовому та управлінському аналізі та позбутися інформаційного дефіциту в системі управління.

При проведенні дослідження ринку експортно-імпортних операційових послуг виявлено факт мінімального використання сучасних бухгалтерських програм. У більшості випадків здійснення експортно-імпортних операційових операцій зосереджене на аналізі об'єктів експортно-імпортних операцій, тому саме ця ділянка повинна бути максимально автоматизована.

Таким чином при автоматизації операцій з аналізу об'єктів експортно-імпортних операцій, а також механізації аналізу експортно-імпортних операційових операцій, бухгалтеру полегшується праця з аналізу власного та залученого майна, покращується аналітичність даних, спрощується контроль.

При формуванні стратегії розвитку експортної діяльності компанії, важливо враховувати різні альтернативи, щоб забезпечити успішне проникнення на зовнішні ринки і збільшення обсягів експорту. Ось кілька стратегічних альтернатив, які можуть бути варто розглянути:



1. *Розвиток нових ринків.* Один із підходів полягає у виявленні нових потенційних ринків для вашої продукції або послуг. Це може означати вибір нових країн або регіонів для експорту, дослідження потреб споживачів і конкурентного середовища на цих ринках, а також встановлення місцевих партнерств або дистриб'юторських угод для забезпечення ефективного доступу до нових ринків.

2. *Розвиток існуючих ринків.* Інша альтернатива - це збільшення присутності на існуючих ринках шляхом розширення асортименту продукції, підвищення якості або конкурентоспроможності товарів і послуг, розвитку маркетингових кампаній, поліпшення обслуговування клієнтів тощо. Тут важливо також враховувати думку клієнтів та займатися аналізом конкурентів для збереження та зміцнення своєї позиції на ринку.

3. *Партнерство та альянси.* Укладання партнерських угод або альянсів з місцевими підприємствами може допомогти знизити ризики та вартість входження на нові ринки. Це може включати спільні виробничі проекти, спільні маркетингові кампанії або навіть об'єднання з місцевими компаніями для створення спільних підприємств.

4. *Постачальницькі ланцюги та логістика.* Ефективне управління ланцюгом постачання та логістикою є важливим аспектом експортної діяльності. Розгляньте можливість оптимізації постачальницького ланцюга, зменшення транспортних витрат, поліпшення складського управління та розробки стратегій доставки, які задовольняють потреби клієнтів у різних країнах.

5. *Диверсифікація продукту.* Розгляньте можливість розширення асортименту продукції або введення нових товарів на ринок. Це може допомогти залучити нових клієнтів, збільшити обсяги продажів і зменшити залежність від певного сегмента ринку.

При виборі стратегічних альтернатив варто враховувати такі фактори, як потенційна рентабельність, ризики, конкурентні переваги компанії, доступні ресурси та економічний, політичний та культурний контекст кожного ринку. Ретельний аналіз цих альтернатив допоможе вибрати найбільш ефективний шлях для розвитку експортної діяльності вашої компанії.

### 3.2. Рекомендації щодо забезпечення формування стратегії розвитку експортної діяльності ТОВ «ОРГАНІК-Д» в умовах інноваційної економіки

Вітчизняна експортно-імпорتنня операційна практика тільки почала зароджуватися, а експерти Міжнародної фінансової корпорації вже прогнозують експортно-імпорتنня операційний бум в Україні. Запланований Світовим банком на 1998 рік проект фінансової допомоги передбачав надання Україні кредитної лінії, частина ресурсів якої була спрямована на підтримку експортно-імпорتنня компаній. Проте для того, щоб і сьогодні бум дійсно відбувся, потрібно якнайшвидше вирішити всі проблеми (законодавчі, інфраструктурні, кадрові), які наразі стримують використання цієї прогресивної форми економічних відносин між суб'єктами ринку.

Як вважають вітчизняні та зарубіжні фахівці, гостру потребу в інвестиціях Україна частково задовольнить завдяки запровадженню експортно-імпорتنня операційного бізнесу. Це підтверджує і світова практика: для країн, що розвиваються, характерною ознакою є зростання обсягів експортно-імпорتنня операцій. Яскравим прикладом є Південна Корея, де 1975 року за фінансової підтримки Міжнародної фінансової корпорації було запроваджено експортно-імпорتنня операційний ринок, який на сьогодні є одним з найпотужніших у світі. Підприємстві, який орендує обладнання, експортно-імпорتنня операцій створює потенційні переваги: тут діють спрощені схеми забезпечення засобами виробництва та менш жорсткі вимоги щодо балансових звітів. Також, наявність так званих податкових канікул: уряди більшості зарубіжних країн надають пільги в оподаткуванні саме експортно-імпорتنня операційним компаніям, визнаючи, що вони уможливають доступ до інвестицій для малих та середніх підприємств [26].

Для покращення експортно-імпорتنня операцій в Україні необхідно використовувати міжнародний досвід країн в яких ефективно функціонують експортно-імпорتنня операційні компанії. В експортній діяльності існує кілька

видів стратегій, які компанії можуть використовувати для розвитку свого експортного бізнесу.

*Пряма експортна стратегія.* Компанія самостійно встановлює контакти з іноземними клієнтами та організовує процес експорту. Вона веде прямі продажі своїх товарів або послуг, встановлює контракти з клієнтами, здійснює маркетингову діяльність і забезпечує логістичну підтримку.

*Експорт через посередників (інтермедіарів).* Компанія працює з посередниками, такими як дистриб'ютори, агенти або торгові посередники, які виступають в ролі посередника між компанією і закордонними ринками. Посередники відповідають за знаходження клієнтів, здійснення продажів, рекламу і розповсюдження товарів чи послуг компанії на міжнародних ринках.

*Франчайзинг.* Компанія відкриває філії або представництва в інших країнах, надаючи ліцензію на використання своєї торгової марки, технологій та бізнес-моделі. Франчайзингові партнери розвивають бізнес на місцевих ринках, але працюють під контролем і з використанням бренду та стандартів компанії-франчайзера.

*Спільні підприємства.* Компанія утворює спільне підприємство з партнером з іншої країни для спільного ведення бізнесу на міжнародних ринках. Це може бути стратегічне партнерство з місцевим підприємством, де кожна сторона вносить свої ресурси та експертизу для спільного успіху.

*Ліцензування.* Компанія надає ліцензію іншій організації для використання своєї інтелектуальної власності, такої як патенти, технології чи ноу-хау, в обмін на плату (роялті). Ліцензіат забезпечує виробництво та продаж продукції на своїх ринках.

Ці стратегії можуть використовуватися окремо або в комбінації залежно від потреб компанії та особливостей міжнародного ринку. Вибір конкретної стратегії експорту залежить від фінансових можливостей, ресурсів, ризиків та цілей компанії.

Розвиток експортних операцій в умовах інноваційного розвитку може бути досягнутий за допомогою різних стратегій. Ось декілька стратегій, які підприємство «ОРГАНІК-Д» може використовувати:

1. *Розробка нових продуктів або послуг.* Інновації можуть допомогти підприємству створити унікальні та конкурентоспроможні продукти або послуги, які можуть зацікавити зарубіжних покупців. Ця стратегія передбачає інвестиції в дослідження та розробку для створення інноваційних продуктів, які мають попит на зовнішніх ринках.

2. *Експансія на нові ринки.* Інноваційні продукти або послуги можуть відкрити нові можливості на міжнародних ринках. Розширення до нових країн або регіонів може дозволити підприємству залучити нових клієнтів та збільшити свою глобальну присутність.

3. *Партнерство та співробітництво.* Встановлення партнерських відносин з іншими компаніями або організаціями, які мають комплементарні інноваційні ресурси або доступ до нових ринків, може допомогти підприємству розвивати свої експортні операції. Це може включати спільні дослідження, розробку нових продуктів або спільну маркетингову стратегію.

4. *Використання технологій інформаційного середовища.* Використання цифрових технологій та онлайн-платформ може значно полегшити експортні операції, забезпечуючи швидкий доступ до інформації, зменшення витрат та покращення комунікації з клієнтами та партнерами.

5. *Участь у міжнародних виставках та заходах.* Активна участь в міжнародних виставках, конференціях та інших подіях може допомогти просунути інноваційні продукти або послуги на зовнішніх ринках, залучити нових клієнтів та встановити контакти з потенційними партнерами.

Ці стратегії можуть бути адаптовані до конкретних потреб та можливостей підприємства ТОВ «ОРГАНІК-Д» для досягнення розвитку експортних операцій в умовах інноваційного розвитку. Важливо провести детальний аналіз ринку, конкурентів та внутрішніх ресурсів компанії для вибору найбільш ефективної стратегії.

Здійснення експортно-імпортних операцій підприємствами-учасниками мають свою цільову функцію, яка реалізується за допомогою ефективного та діючого управління. Управління в експортно-імпортній діяльності – це систематичний, свідомий, цілеспрямований вплив на експортно-імпортний процес залежно від поставленої мети. Однією з функцій управління у експортно-імпортній діяльності виступає аудит, основною метою якого є об'єктивне вивчення фактичного стану експортно-імпортного процесу, виявлення тих факторів і умов, які негативно впливають на виконання прийнятих рішень і досягнення необхідної мети.

Основним завданням аудиту експортно-імпортних операцій є збір та узагальнення наявної інформації про господарську діяльність суб'єктів експортно-імпортних відносин (експортно-імпортного операційодавця, експортно-імпортного операційоодержувача або продавця експортно-імпортного майна) з метою надання висновку про реальний фінансовий стан. Об'єктами аудиту при дослідженні експортно-імпортних операцій є експортно-імпортні операції та рух майна, одержаного чи переданого в експортно-імпортних операціях [1–29].

Належна організація експортно-імпортного процесу, підвищення його якості, надання аналізовим даним максимального інформаційного наповнення сприятиме формуванню організаційних та методичних аспектів аудиторських перевірок експортно-імпортних операційових операцій.

Під час здійснення аудиту необхідно користуватись спеціально створеним механізмом аудиту експортно-імпортних операцій, яка зображена на рис. 3.2.

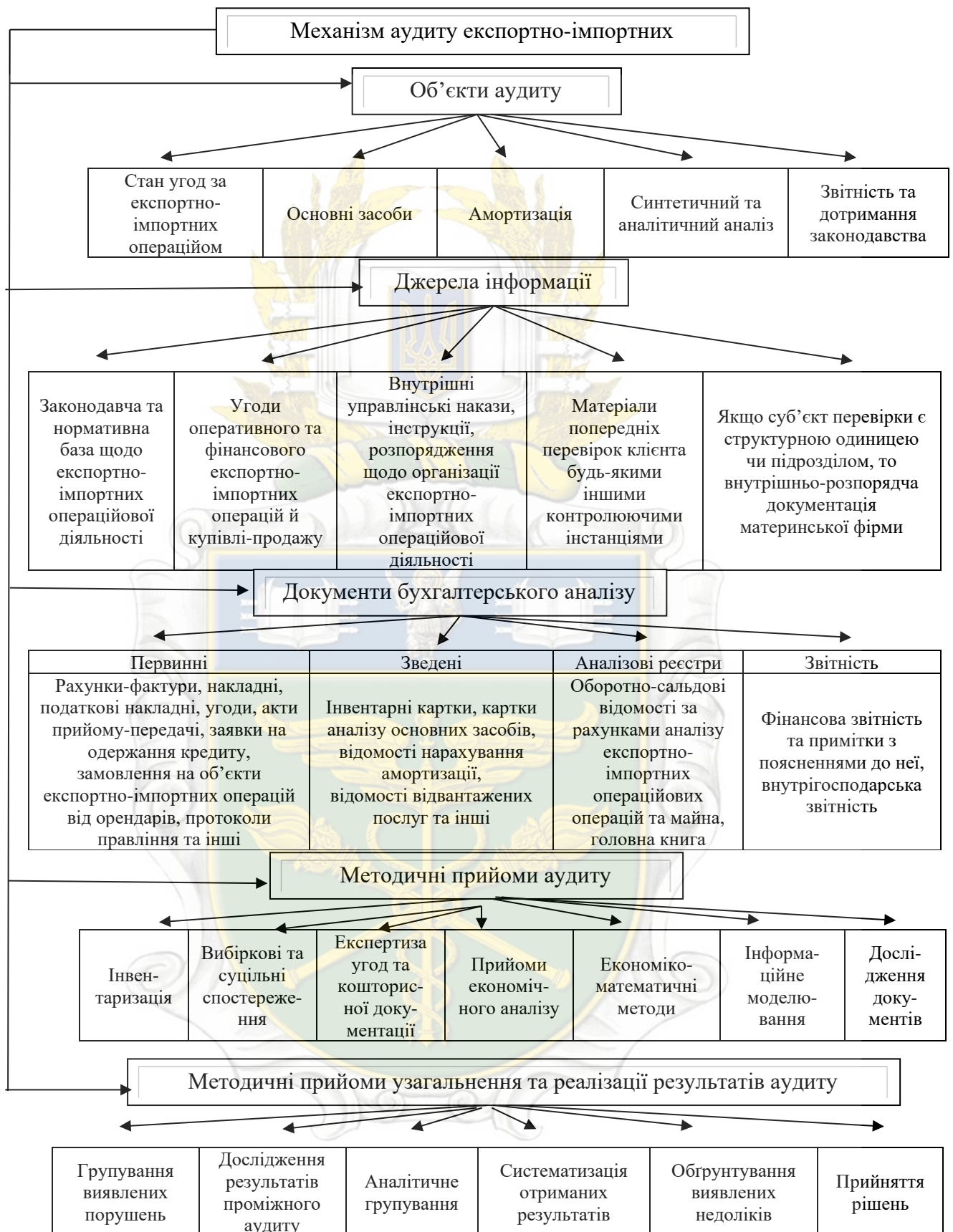


Рисунок 3.2 – Механізм аудиту експортно-імпорتنих операційових операцій

Аудит експортно-імпортних операцій потребує індивідуального підходу, оскільки вимагає від аудитора знань з юриспруденції, комерційної діяльності, фінансових питань, бухгалтерського аналізу, ведення бізнесу. Важливим завданням на підготовчому етапі є оцінка надійності внутрішнього контролю у клієнта. Оцінка внутрішнього контролю експортно-імпортних операцій ТОВ «ОРГАНІК-Д» може здійснюватися за напрямками:

- перевірка наявності первинної документації на всі господарські операції з об'єктами експортно-імпортних операцій;
- розподіл функціональних обов'язків посадових осіб, які наділені функціями санкціонування і які відповідають за здійснення експортно-імпортних операційових операцій;
- наявність необхідних дозволів керівництва на здійснення експортно-імпортних операційових операцій;
- періодичне проведення інвентаризації об'єктів експортно-імпортних операцій;
- належне ведення інвентарного пооб'єктного аналізу об'єктів експортно-імпортних операцій;
- контроль записів у регістрах аналізу руху об'єктів експортно-імпортних операцій тощо.

Оцінивши ступінь довіри до системи внутрішнього контролю об'єктів експортно-імпортних операцій і можливості використання результатів роботи внутрішнього аудитора, аудитор повинен оцінити загальний аудиторський ризик перевірки [28].

Управління в експортно-імпортній діяльності – це систематичний, свідомий, цілеспрямований вплив на експортно-імпортних операційовий процес залежно від поставленої мети. Однією з функцій управління у експортно-імпортній діяльності виступає контроль, основною метою якого є об'єктивне вивчення фактичного стану експортно-імпортних операційового процесу, виявлення тих факторів і умов, які негативно впливають на виконання прийнятих рішень і досягнення необхідної мети.





## ВИСНОВКИ

У роботі висвітлено теоретико-прикладні аспекти аналізу експортних операцій та сформовано методичні рекомендації по удосконаленню цього процесу для ТОВ «ОРГАНІК-Д». Виходячи з попередніх досліджень формування стратегії розвитку експортної діяльності в умовах інноваційної економіки, можна зробити наступні висновки.

1. Інновації є ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства та економіки України в цілому. Умови інноваційної економіки вимагають, щоб підприємства активно займалися дослідженнями і розробками для створення нових технологій, продуктів та послуг. Інновації стають основою формування стратегії розвитку експортної діяльності, оскільки дозволяють підприємствам зайняти сильну позицію на міжнародних ринках, зокрема при проведенні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності експортно-імпорتنих операцій.

2. Визначено, що експортно-імпорتنі операції дають підприємству додаткові нефінансові переваги. Для підприємства, що використовує обладнання, яке швидко застаріває, наприклад обчислювальну техніку, це може бути засобом, щоб застрахуватися від його знецінення. І цей засіб буде тим ефективнішим, проте й дорожчим, чим термін договору менший від терміну фізичної служби орендованого майна. Експортно-імпорتنі операції як альтернативний фінансовий прийом заміняє джерела довгострокового і короткострокового фінансування. Тому, переваги і недоліки експортно-імпорتنих операційових операцій порівнюють насамперед з перевагами й недоліками традиційних джерел фінансування інвестицій (довгострокових і середньострокових кредитів).

3. З'ясовано, що вибір цільових ринків є важливою стратегічною передумовою розвитку підприємств. Так, в умовах інноваційної економіки важливо аналізувати та вибирати потенційні ринки для експорту інноваційних продуктів або послуг. Ретельний аналіз ринкової структури, замовлень, культурних особливостей

та правових обмежень допомагає підприємствам зорієнтуватися на найбільш вигідні ринки для свого експорту.

4. Аналізуючи динаміку статей балансу за 2020 р., ми визначили, що майно підприємства у 2020 р. становило 232 756,0 тис. грн., в тому числі необоротні активи 183 877,0 тис. грн. та оборотні – 48 879,0 тис. грн. У 2021 р. порівняно з 2020 р. майно підприємства збільшилось на 13 720,0 тис. грн. і становило 246 476,0 тис. грн. Це збільшення відбулося в основному за рахунок зростання вартості як оборотних (15 800,0 тис. грн.), так і необоротних (на -2 080,0 тис. грн.) активів. Аналіз динаміки активу балансу за 2022 р. показав, що майно підприємства збільшилось на 16846,0 тис. грн. у порівнянні з 2021 р. і станом на 31.12.20 р. становило 263 322,0 тис. грн.

5. Проведений аналіз структури джерел формування майна підприємства і оцінка його капіталу, дають можливість стверджувати, що підприємство залучає значні кошти із зовнішніх джерел, а це свідчить про збільшення його зобов'язань. Сума власного капіталу у 2021 р. порівняно з 2020 р. збільшилася на 14 560,0 тис. грн. У 2021 р. в підприємства зменшились позикові кошти на суму 1 940,0 тис. грн. При цьому довгострокові зобов'язання зменшились на 33 973,0 тис. грн., а короткострокові збільшились 32 033,0 тис. грн. В 2022р. сума власного капіталу збільшилась ще на 13 137,0 тис. грн. Сума позикових коштів збільшилась на 3 017,0 тис. грн. Це відбулось за рахунок зростання короткострокових зобов'язань на 22 848,0 тис. грн і зменшенні при цьому довгострокових на 19 831,0 тис. грн.

6. В третьому розділі з метою формування стратегії розвитку експортної діяльності підприємства в умовах інноваційної економіки запропоновано широко використовувати на ТОВ «ОРГАНІК-Д» маркетингову стратегію. Маркетингові стратегії відіграють важливу роль у формуванні експортної діяльності. Враховуючи особливості інноваційних продуктів та послуг, підприємства повинні розробити ефективні маркетингові плани, включаючи позиціонування бренду, ціноутворення, просування та дистрибуцію.

7. Визначено, що в межах формування стратегії розвитку експортної діяльності підприємства в умовах інноваційної економіки важливим є співпраця та

партнерські відносини. Так, Умови інноваційної економіки сприяють розвитку партнерських відносин і співпраці між підприємствами. Важливо встановлювати партнерські зв'язки з іншими компаніями, науково-дослідними установами та урядовими організаціями як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівні для обміну знаннями, ресурсами та доступом до нових ринків.

8. Крім того, важливо управляти ризиками. Умови інноваційної економіки можуть супроводжуватися певними ризиками, такими як технологічна нестабільність, юридичні обмеження та фінансові ризики. Важливо провести оцінку ризиків і розробити стратегії управління ризиками для забезпечення стійкого розвитку експортної діяльності.

9. Формування стратегії розвитку експортної діяльності в умовах інноваційної економіки є складним процесом, який вимагає вивчення ключових чинників успіху, аналізу ринків, розробки маркетингових стратегій, встановлення партнерських відносин та управління ризиками. Розуміння цих аспектів допоможе ТОВ «ОРГАНІК-Д» досягти конкурентної переваги та стабільного розвитку на міжнародних ринках.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амелін С. К. Міжнародний досвід регулювання експортно-імпорتنих операційових відносин / С. К. Амелін // Інвестиції: практика та досвід: наук. - практ.журн. – № 24. – 2021. – С. 44 – 48.
2. Аудит, методика і організація: в 2ч. - Ч. II. Навчальний посібник / Харламова О. В., Карпенко М. Ю. - Харків: ХНАМГ, 2007. – 452 с.
3. Бандурка О. М. Фінансова діяльність підприємства: підручник / М. Я. Коробов, П. І. Орлов та ін. [2-е вид., перероб. і доп.]. - К., 2002. - 384 с.
4. Барабаш А. Експортно-імпорتنих операцій: поняття та особливості законодавчого визначення кола його суб'єктів / А. Барабаш // Право України. – № 2. – 2001. – С.76 – 79.
5. Біковченко Л. М. Економічна суть експортно-імпорتنих операцій / Л.М. Біковченко // Фінанси України. – № 11. – 2001. – С.75 – 79.
6. Білик М. Д. Організація і методика аудиту / М. Д. Білик. - К. : КНЕУ, Либідь - 527 с.
7. Блонська В. І. Основні засоби підприємства та проблеми ефективності їх використання [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltu/16\\_1/221\\_Blonska\\_16\\_1.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/16_1/221_Blonska_16_1.pdf)
8. Бразілій Н. М. Організація і методика аудиту основних засобів та його вдосконалення [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/znpchdtu/2021\\_24/articles/20\\_Brasiliy\\_Timko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpchdtu/2021_24/articles/20_Brasiliy_Timko.pdf)
9. Бухгалтерський аналіз в Україні. Навч. посібник / за ред. Р. Л. Хом'яка. доп. і перероб.] - Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту після дипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2003. - 820 с.
10. Бухгалтерський аналіз і фінансову звітність в Україні : навч.-практ.посіб. / за ред. С. Ф. Голова. – Д.: ТОВ «Баланс-клуб», 2002. – 768 с.
11. Бухгалтерський аналіз : концептуальні основи теорії : навч.-практ.посіб. / під заг. ред. В. В. Сопко. – К.: Професіонал, 2004. – 180 с.

12. Бутинець Ф. Ф. Аудит: підручник для студентів спеціальності «Аналіз і аудит у вищих навчальних закладах / Бутинець Ф. Ф. - 2-ге вид., перероб. і доп. - Житомир: ПП «Рута», 2002. - 672с.

13. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз: навч. посіб. для студентів вузів / Ф. Ф. Бутинець, Є. В. Мних, О. В. Олійник. - Житомир: ЖІТІ, 2000. - 416 с.

14. Бутинець Ф. Ф. Аналіз і аналіз зовнішньоекономічної діяльності / Ф. Ф. Бутинець, І. В. Журей, В. М. Пархоменко // Житомир: ПП «Рута». – 2001. – С.261 – 274.

15. Бутинець Ф. Ф. Інформаційні системи бухгалтерського аналізу: Підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Аналіз і аудит" / Ф. Ф. Бутинець // 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: Рута – 2002. – 544 с.

16. Внукова Н. Проблемы формирования среды развития лизинга в Украине / Н. Внукова // Фінанси України. – № 12. – 1998. – С.48 – 53.

17. Господарський кодекс України : станом на 16.01.2003 р. № 436-IV// Офіційний вісник України. – № 11. – 2003. – С. 461.

18. Грабова Н. М. Аналіз господарських операцій в бухгалтерських проводках : навч. посіб. / Н. М. Грабова, Ю. Г. Кривоносов. – К. : А.С.К., 2006. – 416 с.

19. Грибан В. Г., Негодченко О. В. Охорона праці: навч. посібник. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Г. Грибан, О. В. Негодченко – К.: Центр учбової літератури, 2022. – 280 с.

20. Дерев'яненко С. І. Основи аудиту: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / С. І. Дерев'яненко, С. О. Олійник. -К.: Центр учбової літератури. - 2020.

21. Дорош Н. І. Аудит: методологія і організація / Н. І. Дорош. - К.: Т-во «Знання», 2001.- 402 с.

22. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. - 2-ге вид., сроб. - К.: КНЕУ, 2003. - 556 с.

23. Єлейко Я. І. Основи фінансового аналізу / Я. І. Єлейко, М. Л. Лапішко та ін. - Львів: Львів. банків, ін-т НБУ, 2000. - 141с.

24. Завгородній В. П. Автоматизація бухгалтерського аналізу, контролю, аналізу та аудиту. / В. П. Завгородній // – К.: А.С.К. – 1998. – 768 с.
25. Зязюкіна М. М. Проблемні питання оцінки та переоцінки основних засобів у бухгалтерському аналізі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vdnuet/econ/2020\\_4/35%20.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2020_4/35%20.pdf)
26. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: навч.-метод., посібник для подвійного вивч. дисц. / В. М. Івахненко. - К.: КНЕУ, 2000. - 263 с.
27. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / К. В. Ізмайлова – К., 2000. – 152 с.
28. Керб Л. П. Основи охорони праці: Навч. посібник. / Л. П. Керб – К.: КНЕУ, 2003. – 215 с.
29. Ковальчук К. Ф. Показники ефективності експортно-імпортних операційової угоди / К. Ф. Ковальчук., І. В. Вишнякова // Фінанси України. – №6. – 2004. – С. 141 – 146.
30. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства та осіб / М. Я. Коробов. [3-тє вид., доп. і перероб.]. - К.: Знання, 2002. – 457 с.
31. Кругляк Б. Г., Гуменюк А. Т. Аудит основних засобів промислових підприємств: методичний аспект / Б. Г. Кругляк, А. Т. Гуменюк // Бухгалтерський аналіз і аудит. – 2007. – №7. – 457 с.
32. Кулаковська Л. П., Піча Ю. В. Основи аудиту: навч. посібник для студентів вищих закладів освіти / Л. П. Кулаковська, Ю. В. Піча - К., 2002. - 312 с.
33. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання / Л. А. Лахтіонова. – К.: КНЕУ, 2001.-387 с.
34. Мельник В. М. Основи економічного аналізу: навч. посіб. / В. М. Мельник. - Ірпінь: Академія ДПСУ, 2000. -183 с.
35. Михайлова Т. П. Міжнародний аналіз і аудит (частина Міжнародний аналіз) / Т. П. Михайлова. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 242 с.
36. Міжнародний (стандарт) бухгалтерського аналізу № 17 «Оренда» [Електронний ресурс].-Режим доступу: [http://dipifr.info/lib\\_files/standards/ukr/standards\\_010109/IAS\\_17.pdf](http://dipifr.info/lib_files/standards/ukr/standards_010109/IAS_17.pdf)

37. Мних Є. В. Економічний аналіз: навч. посіб. / Є. В. Мних,- Л.: Армія України, 2000. - 144 с.
38. Мултанівська Т. В. Місце інвентаризації в аудиті основних засобів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.prints.kname.edu.ua/11947/1/290.pdf>
39. Нікульникова Т. Г. Основи бухгалтерського аналізу / Т. Г. Нікульникова. – Л.: Магнолія-Плюс, 2005. – 300 с.
40. Огійчук М. Ф. Аудит: організація і методика: навч. посіб. / М. Ф. Огійчук, І.Т. Новикова. - К.: Алеута, 2021. - 584 с.
41. Палагута Є. О. Комп'ютеризація процесу аудиту в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/8\\_NND\\_2022/Informatica/60630.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NND_2022/Informatica/60630.doc.htm)
42. Панадій О. П. Проблеми комп'ютерного аудиту в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/31\\_PRNT\\_2022/Economics/73721.doc.htm](http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2022/Economics/73721.doc.htm)
43. Панкратов А. С. Аудит: курс лекцій [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.readbookz.com/books/16.doc.htm>
44. Петрик О. А. Організація та методика аудиту підприємницької діяльності: навч. посіб. / О. А. Петрик, В. Я. Савченко. - К.: КЕШУ, 2020. – 301 с.
45. Петрович Й. М. Економіка підприємства: підручник / Й. М. Петрович, В. В. Кулішов та ін. - Львів: "Магнолія плюс", - 2004. - 680 с.
46. Петряєва З. Ф. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / З. Ф. Петряєва. - Х., 2000. - 428 с.
47. Подік А. В. Використання експортно-імпортних операцій як фінансового інструменту інвестування розвитку економіки / А. В. Подік // Інвестиції: практика та досвід: наук.-практ. журн. – №9. – 2020. – С. 5 – 8.
48. Положення (стандарт) бухгалтерського аналізу № 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.buhgaltero911.com/Res/PSBO/PSBO7.aspx>