

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«Інноваційна діяльність підприємства – суб'єкта ЗЕД»
(на матеріалах ПрАТ «Київстар», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 3м групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
ЗЕД»

Сільченкова Олександра
Андріївна

Науковий керівник,
кандидат економічних
наук, доцент

Лежепьокова Вікторія
Геннадіївна

Гарант освітньої
програми
доктор економічних
наук, доцент

Студінська Галина
Яківна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Сільченкова О.А. Інноваційна діяльність підприємства – суб'єкта ЗЕД.

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент ЗЕД». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018.

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методичні засади управління інноваційно діяльністю на підприємстві – суб'єкті ЗЕД та пропозиції щодо підвищення ефективності заходів інноваційної діяльності. В перебігу дослідження проведено ґрунтовний аналіз фінансового стану ПрАТ «Київстар» та виявлено напрями та масштаби його реалізації, як підприємства – суб'єкта ЗЕД. Проведений аналіз дозволив сформулювати пропозиції щодо удосконалення управління інноваційною діяльністю на підприємстві та здійснити розрахунки прогнозу щодо діяльності ПрАТ «Київстар» з урахуванням запропонованих рекомендацій та заходів.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, інновації, інноваційна діяльність, ефективність, телеком-оператор, підприємство-суб'єкт ЗЕД, інноваційний проект.

SUMMARY

Silchenkova O.A. Innovative activity of the enterprise - the subject of foreign economic activity.

Graduation work n and obtaining an educational master's degree in specialty 073 "Management" with specialization "Management of Foreign Economic Activity". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

The final qualification paper contains theoretical and methodical principles of management of innovation activity at the enterprise - the subject of foreign economic activity and suggestions on improving the efficiency of activities of innovation activity. In the course of the research, a thorough analysis of the financial situation of PJSC "Kyivstar" was carried out and the directions and extent of its implementation as the enterprises - the subject of foreign economic activity were revealed. The analysis allowed to formulate suggestions on improving the management of innovative activities at the enterprise and to make forecasts of the activities of PJSC "Kyivstar", taking into account the suggested recommendations and measures.

Key words: foreign economic activity, innovations, innovative activity, efficiency, telecom operator, enterprise-subject of foreign economic activity, innovative project.

Міністерство освіти і науки України

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему:

«Інноваційна діяльність підприємства – суб'єкта ЗЕД»

(на матеріалах ПрАТ «Київстар», м. Київ)

Студентки 2 курсу 3-м групи
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент зовнішньо-
економічної діяльності»

Сільченкової Олександри
Андріївни

Науковий керівник,
кандидат економічних
наук, доцент

Лежепьокова Вікторія
Геннадіївна

Київ 2018

Випускна кваліфікаційна робота: 117 с., 15 рис., 22 табл.,

11 додатків, 56 джерела.

Об'єкт дослідження – інноваційна діяльність підприємства.

Предмет дослідження – теоретико- методичні засади інноваційної діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД, на прикладі матеріалів ПрАТ «Київстар».

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ПрАТ «Київстар», м. Київ.

Мета роботи – дослідження інноваційної діяльності підприємств - суб'єктів ЗЕД, на базі дослідження матеріалів ПрАТ «Київстар».

Для досягнення даної мети у роботі було виконано наступні завдання:

- дослідити сутність та особливості інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД;
- дослідити процес управління та методичний інструментарій оцінювання інноваційної діяльності на підприємствах -субектах ЗЕД;
- надати загальну характеристику фінансового, зовнішньоекономічного та інноваційного стану ПрАТ «Київстар»;
- здійснити оцінювання конкурентних переваг ПрАТ «Київстар»;
- визначити проблеми інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар»;
- обґрунтувати напрями удосконалення інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар».

Методи дослідження – історично-логічний, системно-функціональний, порівняння, аналіз та синтез, екстраполяція, інтегральної оцінки, графічний.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, виявлено ступінь її розкриття в економічній літературі вітчизняними і зарубіжними науковцями; сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження та окреслено практичну значущість роботи.

У першому розділі «Теоретичні засади інноваційної діяльності підприємства – суб’єкта ЗЕД» визначено сутність інновацій та інноваційної діяльності, досліджено механізм управління інноваційною діяльністю, та чинники, що впливають на нього, розглянуто методичні підходи та системи показників до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств – суб’єктів ЗЕД, досліджено сучасний стан розвитку інноваційної діяльності в Україні.

Сутність інновацій полягає в тому, що це якісні зміни, спрямовані на створення нового товару, технології чи процесу. Тісно пов’язаним з інноваціями поняттям, є інноваційна діяльність, під якою слід розуміти комплекс заходів, спрямований на процес перетворення наукових знань і навичок в новий або удосконалений продукт, технологічний процес. Механізм управління інноваційною діяльністю є комплексною системою інструментів забезпечення інноваційного розвитку, пов’язаних єдиними цілями. Основними чинниками, що мають вплив на механізм є нестабільна політична ситуація, законодавчі обмеження, недостатній обсяг інформації про ефективні нововведення та фінансування у інноваційній сфері. Методики оцінки ефективності інноваційної діяльності поділяють в залежності від ефективності вкладення інвестицій і інноваційні проекти та в залежності від виду ефекту, отриманого в результаті освоєння інновацій. Масштаби та рівень наукових розробок та інновацій в країні залишаються недостатніми. Насамперед, це пояснюється недостатнім фінансуванням наукової сфери, через що, одержання важливих наукових результатів стає майже неможливим та перешкоджає розвитку України.

У другому розділі «Дослідження інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар» здійснено аналіз виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ПрАТ «Київстар», проведено аналіз ефективності зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності підприємства, визначено конкурентні переваги ПрАТ «Київстар».

Аналіз виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ПрАТ «Київстар» показав, що підприємство є прибутковим та здатне за рахунок ліквідних активів покрити свої поточні зобов'язання. Основні показники фінансових результатів мають тенденцію до зростання, що є позитивним знаком для подальшого функціонування підприємства. Найбільший імпортер ПрАТ «Київстар» - Китай. Проаналізувавши імпорتنу ефективність, на основі певної операції, можна зробити висновок, що вона є ефективною, як у валютному, так і в економічному сенсі. Інноваційна діяльність проаналізувалася на основі впровадження інноваційного проекту, який виявився дохідним. ПрАТ «Київстар» є лідером серед операторів зв'язку на українському ринку. Адже, починаючи з перших років своєї діяльності компанія була новатором в усіх важливих досягнень у сфері зв'язку, завдяки постійних вдосконалень в соціальній і технологічній сферах.

У третьому розділі «Підвищення ефективності інноваційної діяльності на підприємстві «Київстар»» розроблено пропозиції щодо покращення інноваційної діяльності, аргументовано доцільність впровадження нового інноваційного проекту та здійснено прогноз розвитку інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар» з урахуванням наданих пропозицій.

З метою розвитку інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар» було запропоновано впровадити новий інноваційний проект, а саме «розумний» магазин, який дозволив би поєднати усі запропоновані заходи з покращення інноваційної діяльності. Розрахунок ефективності проекту показав позитивне значення, і прогнозування приросту чисельності користувачі.

У висновках узагальнено теоретико-методологічні підходи щодо розвитку інноваційної діяльності підприємства та надано пропозиції стосовно підвищення її ефективності на ПрАТ «Київстар».

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗЕД	8
1.1. Сутність та особливості інноваційної діяльності підприємства -суб'єкта ЗЕД.....	8
1.2. Процес управління інноваційною діяльністю на підприємстві -суб'єкті ЗЕД.....	15
1.3. Методичний інструментарій оцінювання інноваційної діяльності підприємства -суб'єкта ЗЕД.....	23
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	31
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»	33
2.1. Загальна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Київстар».....	33
2.2. Оцінка стану та аналіз ефективності зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності на ПрАТ «Київстар».....	42
2.3. Оцінка конкурентних переваг ПрАТ «Київстар» за рахунок інноваційної діяльності.....	49
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	56
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»	58
3.1. Тенденції та проблеми інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар».....	58
3.2. Обґрунтування та розробка напрямів удосконалення інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар».....	65
3.3. Прогнозування показників діяльності ПрАТ «Київстар» при впровадженні нових інноваційних проектів.....	72
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	79
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

На сьогоднішній день проблема інноваційного розвитку стала одним із найважливіших критеріїв успішного функціонування та розвитку підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Саме тому інноваційна діяльність потребує постійного удосконалення, яке відбувається за рахунок стабільного фінансування у цю сферу. Успішне функціонування підприємств залежить від результативності їхньої інноваційної діяльності. Результативність інноваційної діяльності підприємств визначається, насамперед, наявністю необхідних внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування інновацій, можливістю їхньої швидкої мобілізації, зацікавленістю інвестора в підтримці інноваційного розвитку.

Для підприємств- суб'єктів ЗЕД, в умовах все більшого посилення конкуренції та динамічних змін в зовнішньому середовищі, все більш важливим стає необхідність швидко реагувати на ці зміни, що можливо лише при активній інноваційній діяльності та використанні сучасних технологій і механізмів управління. Насамперед, це означає, що підприємства- суб'єкти ЗЕД, які прагнуть займати передові позиції, як в сфері своєї діяльності, так і в економічному просторі, мають постійно удосконалювати процес та методи управління власного інноваційного розвитку. Цей процес включає впровадження новітніх технологій, що здатні своєчасно та адекватно відповідати на різноманітні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства- суб'єкта ЗЕД. З цього випливає, що розвиток в сфері інноваційної діяльності являється вирішальним фактором економічного зростання та конкурентоспроможності підприємств - суб'єктів ЗЕД. Беручи до уваги вищенаведене, для учасників ринку, на сьогоднішньому етапі розвитку, було б доцільно змінювати вектор управління власною стратегією з цінової конкуренції до підвищення споживчої новизни та зручності послуг чи розширення асортименту та покращення якості продукції. А досягнути цього можна лише за достатнього розвитку інноваційної діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД. Особливість

інноваційної діяльності полягає в тому, що вона є діяльністю підвищеного ризику порівняно зі звичайним підприємництвом (що також здійснюється на власний ризик). Цей підвищений ризик зумовлений новизною, творчим характером науково-технічної роботи, можливістю одержання як позитивного, так і негативного результату, тому більша частина підприємців не бажають займатися інноваціями, що на сьогодні є негативною тенденцією.

Актуальність вибраної теми дослідження обумовлена тим, що в сучасних умовах розвитку економіки, які характеризуються глобалізацією та поглибленням конкуренції, для підприємств – суб'єктів ЗЕД, які прагнуть утримувати власні передові позиції, питання успішного функціонування, значною мірою залежить від результатів їхньої інноваційної діяльності, які можуть проявлятися як в економічній, так і в соціальній сфері. Саме тому, процес розробки і впровадження інновацій, які ведуть до оновлення продукції, покращення методів виробництва, збуту продукції та підвищенню ефективності управління, займає одне з найголовніших місць в управлінні діяльністю компанії. Таким чином, інновації, для сучасного підприємства – суб'єкта ЗЕД, - це поштовх до економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства. У зв'язку з цим, розроблення нових методів та підходів до вивчення інноваційної діяльності, впровадження нових принципів інноваційного розвитку, а також подолання внутрішніх бар'єрів в організації, які стримують упровадження інновацій, є необхідними передумовами розвитку ефективної та прибуткової діяльності підприємств та економіки держави в цілому. Тому інноваціями необхідно управляти. Саме управління інноваційною діяльністю є ключовим елементом, від ефективності якого залежить зростання добробуту суспільства загалом та активізація підприємницької діяльності зокрема. Таким чином питання управління інноваційною діяльністю підприємства є актуальним та своєчасним.

Теоретико-методичною базою дослідження виступає наукова спадщина зарубіжних і вітчизняних учених з теорії й практики менеджменту та інновацій. Свої дослідження по даній тематиці проводили Й. Шумпетер, Л.І. Федулова, Н.П. Яворська, Р.А.Фатхутдінова, Т.О. Скрипко, М.П.Денисенко, Ю.Ю. Буренніков та інші.

Мета роботи – дослідження інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД, на базі дослідження матеріалів ПрАТ «Київстар». Для цього були поставлені такі завдання:

- дослідити сутність та особливості інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД;
- дослідити процес управління та методичний інструментарій оцінювання інноваційної діяльності на підприємствах – суб'єктах ЗЕД;
- надати загальну характеристику фінансового, зовнішньоекономічного та інноваційного стану ПрАТ «Київстар»;
- здійснити оцінювання конкурентних переваг ПрАТ «Київстар»;
- визначити проблеми інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар»;
- обґрунтувати напрями удосконалення інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар».

Об'єктом роботи є інноваційна діяльність підприємства.

Предметом роботи є теоретико-методичні засади інноваційної діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД, на прикладі матеріалів ПрАТ «Київстар».

Для досягнення окресленої мети й вирішення поставлених завдань використано систему загальнонаукових та спеціальних методів, а саме: логічний та історичний методи – для узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності понять; методи системно-функціональних підходів – для визначення й уточнення завдань, принципів та механізму управління інноваційним розвитком підприємства – суб'єкта ЗЕД; методи систематизації, групування, узагальнення й формалізації; економіко-статистичний метод – для дослідження сучасної практики та виявлення

тенденцій інноваційного розвитку підприємств – суб'єктів ЗЕД; методи аналізу і синтезу та економіко-математичні методи – для оцінки фінансового та інноваційного стану розвитку підприємств – суб'єктів ЗЕД; інтегральної оцінки; графічних та інших методів

Інформаційну основу випускної кваліфікаційної роботи становлять закони України, офіційні дані Державної служби статистики України, фінансова звітність ПрАТ «Київстар», наукові розробки, монографії та публікації вітчизняних і зарубіжних дослідників, аналітико-логічні узагальнення та спостереження автора, інформаційні ресурси мережі Internet.

Наукова новизна та практичне значення одержаних результатів визначається особистим доробком автора стосовно узагальнення та розвитку теоретико-методичного базису, обґрунтування інструментарію та розробки організаційно-практичних рекомендацій щодо удосконалення управління інноваційним розвитком підприємств – суб'єктів ЗЕД. Крім того, для підприємств- суб'єктів ЗЕД, в умовах все більшого посилення конкуренції та динамічних змін в зовнішньому середовищі, все більш важливим стає необхідність швидко реагувати на ці зміни, що можливо лише при активній інноваційній діяльності та використанні сучасних технологій і механізмів управління. Насамперед, це означає, що підприємства- суб'єкти ЗЕД, які прагнуть займати передові позиції, як в сфері своєї діяльності, так і в економічному просторі, мають постійно удосконалювати процес та методи управління власного інноваційного розвитку. Цей процес включає впровадження новітніх технологій, що здатні своєчасно та адекватно відповідати на різноманітні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства- суб'єкта ЗЕД. З цього випливає, що розвиток в сфері інноваційної діяльності являється вирішальним фактором економічного зростання та конкурентоспроможності підприємств - суб'єктів ЗЕД. Беручи до уваги вищенаведене, для учасників ринку, на сьогоdnішньому етапі розвитку, було б доцільно змінювати вектор управління власною стратегією з цінової конкуренції до підвищення

споживчої новизни та зручності послуг чи розширення асортименту та покращення якості продукції. А досягнути цього можна лише за достатнього розвитку інноваційної діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД. Таким чином, інновації, для сучасного підприємства - це поштовх до економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства. У зв'язку з цим, розроблення нових методів та підходів до вивчення інноваційної діяльності, впровадження нових принципів інноваційного розвитку, а також подолання внутрішніх бар'єрів в організації, які стримують упровадження інновацій, є необхідними передумовами розвитку ефективної та прибуткової діяльності підприємств та економіки держави в цілому. Тому інноваціями необхідно управляти. Саме управління інноваційною діяльністю є ключовим елементом, від ефективності якого залежить зростання добробуту суспільства загалом та активізація підприємницької діяльності зокрема.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗЕД

1.1. Сутність та особливості інноваційної діяльності підприємства - суб'єкта ЗЕД

На сьогодні, той факт, що підприємства досягають своїх конкурентних переваг більшою мірою за допомогою іновачій, став загальновизнаним. Тому розуміння цього явища є досить актуальним для підприємств – суб'єктів ЗЕД. Досліджуючи теоретичні основи інноваційної діяльності, було б доцільно визначити сутність поняття «інновація», адже саме інновації виступають головною складовою процесу інноваційного розвитку підприємства. Беручи до уваги те, що інновації є досить складним та різностороннім явищем, існує багато різних бачень цього поняття. Тому, для кращого розуміння сутності інновацій, буде доцільно розглянути це поняття відповідно до різних підходів. Узагальнюючи різні думки та праці, можна виділити 4 основні підходи до дефініції поняття «інновації»: ідейний, процесний, результативний та трансформаційний (рис. 1.1).



Рис. 1.1 Систематизація підходів до тлумачення терміну „інновація”

Джерело : побудовано автором на основі [50, с.10].

Відповідно до підходів дефініції поняття «інновація» розділилися і думки вчених. Їх бачення цього терміну відображено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Трактування терміну «інновація» окремими дослідниками відповідно до різних підходів

Підходи	Дослідники	Зміст терміну «інновація»
Ідейний	М. Хольштейн-Бека	це будь-яка культурна цінність, яка в даних просторово-часових межах окреслюється як новація [2, ст.71];
Процесний	Новицкий В.	комплексний процес створення, поширення і використання нововведень для задоволення людських потреб, що міняються під впливом розвитку суспільства [4];
	В. Кантер	процес практичної реалізації будь-якої ідеї, що передбачає вирішення певної проблеми [3, ст.44];
Результативний	Адаменко М. В.	нова або удосконалена продукція або технологія, що забезпечує задоволення потреб соціально-економічної системи [24];
	Федулова Л.	результати наукових досліджень та розробок, спроможні поліпшити технічні, економічні, споживчі характеристики наявної продукції, процесів, послуг або стати основою нової [23, ст. 15];
	Мосійчук Т. К.	нова наукомістка продукція, товар або послуга, технологія, нові методи управління захищені, як об'єкти інтелектуальної власності, або є секретом майстерності (ноу-хау) [33, ст.102];
Трансформаційний	Онiкiєнко В. В	це трансформація нових знань у високі життєві стандарти [22, ст. 31];
	Й. Шумпетер	зміни з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організацій [54, ст. 53] .

Джерело: складено автором на основі [2-4,22-24,33,54].

Отже, існують різні підходи щодо трактування поняття «інновація», але, разом з тим, усі ці підходи пов'язують інновації з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології чи процесу. Поняття «інновація», тісно пов'язане з поняттям «інноваційна діяльність». Адже сам

процес розробки , освоєння, контролю та обґрунтування інновацій є змістом інноваційної діяльності. В табл. 1.2 досліджено різні дефініції поняття «інноваційна діяльність» відповідно до різних категорій.

Таблиця 1.2

**Трактування терміну «інноваційна діяльність»
окремими дослідниками відповідно до різних категорій**

Категорії	Дослідники	Зміст терміну «інноваційна діяльність»
Інноваційна діяльність, як процес	Яворська М.П.	процес, спрямований на розроблення і реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок, або інших науково-технічних досягнень у новий чи вдосконалений продукт, реалізований на ринку або у новий чи вдосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності [55, ст.5];
	Шпикуляк О.Г.	процес, що забезпечує створення принципово нової продукції, нової послуги, в результаті яких з'являється те, чого раніше не було [53, ст. 74];
Інноваційна діяльність, як дії/діяльність	Законі України «Про інноваційну діяльність»	діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [19];
	Денисенко М. П	діяльність, що пов'язана з перетворенням наукових досліджень і розробок, а також винаходів і відкриттів у новий продукт або новий технологічний процес, що впроваджуються у виробничий процес [16,ст. 80];
	Краус Н.М.	комплекс дій, необхідних для підготовки та практичного використання нових технічних, організаційних, економічних, соціальних та інших рішень [27, ст. 16];
Інноваційна діяльність, як система	Олійник Ю.А.	система узгоджених і послідовних етапів, спрямованих на поступову реалізацію процесу створення та реалізації інновацій, яка базується на перетворенні наукового знання на продукт з метою отримання економічного ефекту від реалізації такого продукту [36, ст. 183].

Джерело: складено автором на основі [16,19,27,36,53,55].

Отже, в роботі під інноваційною діяльністю слід розуміти комплекс заходів, спрямований на процес перетворення наукових знань і навичок в новий або удосконалений продукт, технологічний процес, метод організації виробництва, праці, чи системи управління, з метою подальшого освоєння і впровадження в систе-му суспільного виробництва.

Дослідивши поняття «інноваційна діяльність», було б доцільно виділити об'єкти та суб'єкти цієї діяльності. Таким чином, відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», об'єктами інноваційної діяльності є:

1. Інноваційні програми і проекти;
2. Нові знання та інтелектуальні продукти;
3. Виробниче обладнання та процеси;
4. Виробнича інфраструктура;
5. Організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і соціальної сфери;
6. Сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
7. Товарна продукція;
8. Механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції [19].

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути фізичні і (або) юридичні особи України, фізичні і (або) юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які проводять в Україні інноваційну діяльність, залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів. Суб'єкти інноваційної діяльності можна поділити на три групи (рис. 1.1).

Кінцевим результатом інноваційної діяльності є створення інноваційного продукту. Продукт, може вважатися інноваційним, якщо він відповідає певним вимогам, а саме:

- а) Він є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;

- б) Впровадження продукту збільшує рівень науково-технічного і технологічного розвитку країни ;
- в) Продукт має бути виробленим в країні вперше, або порівнюючи його з іншим аналогічним продуктом, він має бути конкурентоздатнішим і мати суттєво вищі техніко-економічні показники [19].

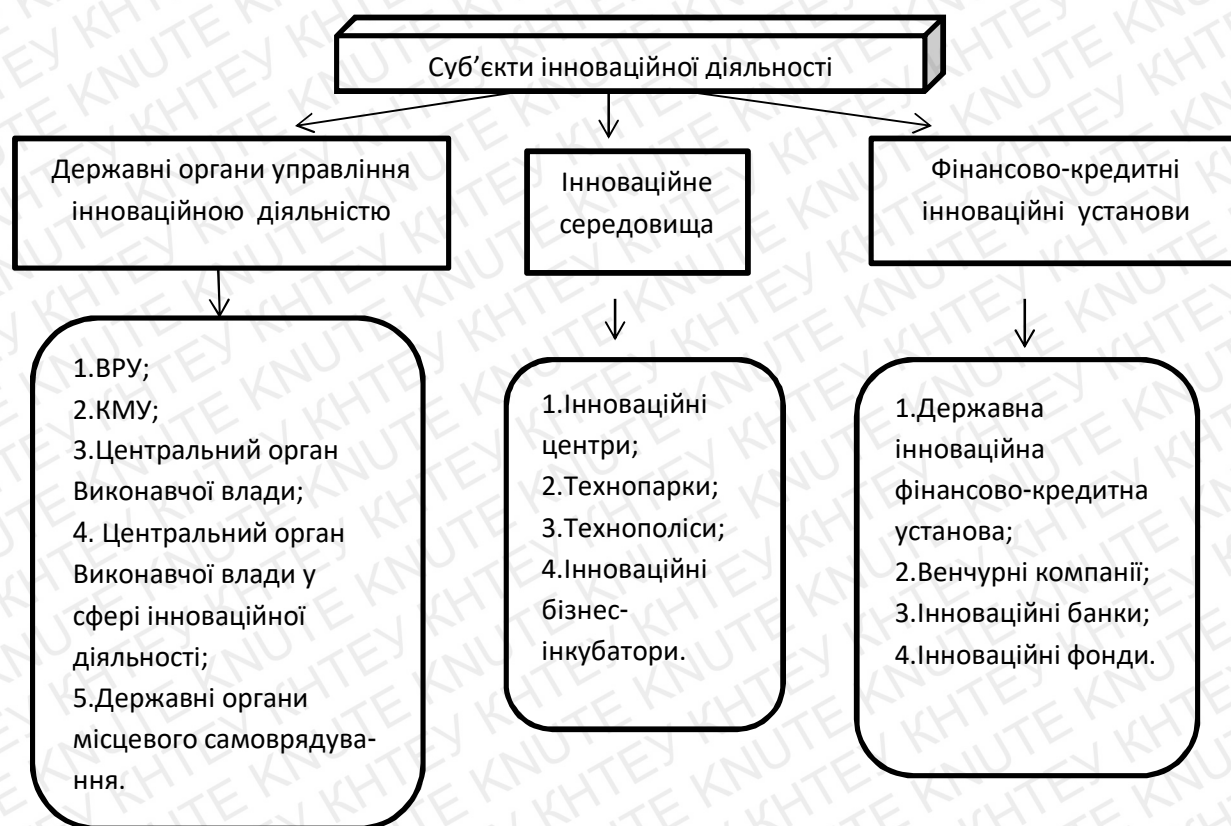


Рис.1.1. Суб'єкти інноваційної діяльності

Джерело : складено автором на основі [19].

На сьогоднішній день інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств. Адже, більшість з них починають акцентувати увагу не на ціновій політиці, а саме на інноваційному розвитку, пов'язаному з поліпшенням всього виробничо-господарського потенціалу підприємства. Саме тому, останнім часом прослідковується значне збільшення наукових праць у сфері інноваційної діяльності, а також організацій, які займаються науковими дослідженнями та розробками. Так, у 2015 році інноваційною діяльністю займалися 824 підприємства, а у 2017 їх кількість збільшилася до 963 організацій [17]. Важливим індикатором тенденцій розвитку інноваційної діяльності країні є простеження динаміки сукупних витрат на

науково-дослідні роботи. Динаміка витрат на виконання наукових досліджень і розробок зображена на рис.1.2.



Рис. 1.2. Динаміка сукупних витрат на НДР в Україні у 2010-2017 роки,млн.грн.

Джерело : складено автором на основі даних [17].

Таким чином, нині в Україні, витрати на НДР показують тенденцію до щорічного зростання. Так з 2010 по 2017 роки обсяг витрат зріс на 5272.2 млн. грн. [17]. Розподіл загального обсягу витрат у 2017 році відображено на рис. 1.3.

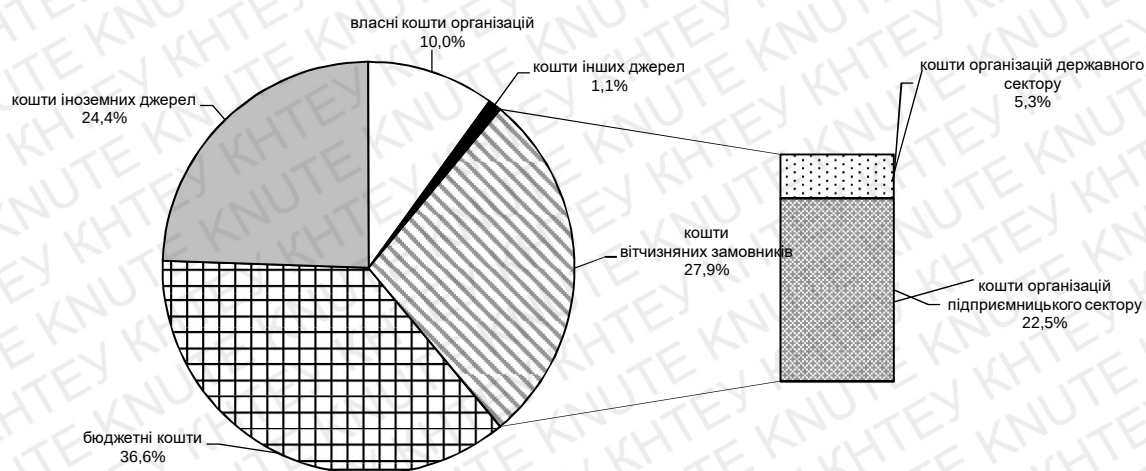


Рис 1.3. Розподіл загального обсягу витрат на виконання наукових досліджень і розробок за джерелами фінансування за 2017 рік, %

Джерело : складено автором на основі даних [17].

Як можна побачити на діаграмі, кошти іноземних джерел у фінансуванні інноваційної діяльності становлять 24,4 %, що є достатньо низьким рівнем. Найбільшу частину витрат покривають бюджетні кошти, але разом з тим, питома вага загального обсягу цих витрат у ВВП становить 0,45%, у тому числі за рахунок коштів державного бюджету – 0,16%. За даними 2017р., частка обсягу витрат на НДР у ВВП країн ЄС-28 у середньому становила 2,03%, наприклад в Австрії цей показник становить 3,09% [17]. Отже, масштаби та рівень наукових розробок та інновацій в країні залишаються недостатніми. Насамперед, це пояснюється недостатнім фінансування наукової сфери, через що одержання важливих наукових результатів стає майже неможливим та перешкоджає розвитку України. Рівень інноваційного розвитку в значній мірі залежить від інноваційної політики держави. Тому, країна, яка прагне бути успішною у реалізації цієї політики має базувати її на створенні сприятливого інвестиційного клімату, що є важливим елементом розвитку інновацій, а також на створенні дієвих структур для її реалізації і налагодження ефективного механізму взаємодії між суб'єктами інноваційної діяльності.

Разом з цим, при дослідженні поняття «інновація», варто зауважити, що вона має свій життєвий цикл (рис.1.4).

-етап розроблення (зародження ідеї, проведення науково-дослідних робіт);
-етап виведення на ринок (налагодження технологічного процесу);

-етап зростання (швидкого сприйняття нового товару на ринку);
-етап зрілості (товар перестає бути новинкою);

-етап занепаду (різке падіння збути та зниження прибутків).

Рис.1.4. Стадії життєвого циклу інновації

Джерело: складено автором на основі [9, ст.123].

Отже, підприємства досягають своїх конкурентних переваг більшою мірою за допомогою інновацій. Узагальнюючи різні думки та праці, можна виділити 4 основні підходи до дефініції поняття «інновації»: ідейний, процесний, результативний та трансформаційний. Усі ці підходи пов'язують інновації з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології чи процесу. Тісно пов'язаним з інноваціями поняттям, є інноваційна діяльність, під якою слід розуміти комплекс заходів, спрямований на процес перетворення наукових знань і навичок в новий або удосконалений продукт, технологічний процес, метод організації виробництва, праці, чи системи управління, з метою подальшого освоєння і впровадження в систему суспільного виробництва. Найчастіше об'єкти інноваційної діяльності виступають у формі інноваційного проекту, який має відповідати певним вимогам. Рівень інноваційного розвитку в країні можна оцінювати за допомогою рівня витрат на наукові дослідження і розробки. Хоч в останні роки цей рівень показує тенденцію до збільшення, тим не менше масштаби та рівень наукових розробок та інновацій в країні залишаються недостатніми. Насамперед, це пояснюється недостатнім фінансуванням наукової сфери, через що, одержання важливих наукових результатів стає майже неможливим та перешкоджає розвитку України.

1.2. Процес управління інноваційною діяльністю на підприємстві-суб'єкті ЗЕД

Функціонування та розвиток інновацій у процесі діяльності суб'єкта ЗЕД стає неможливим без створення системи управління інноваційною діяльністю, на яку покладено функції прийняття, реалізації та контролю стратегічних та операційних рішень. Управління інноваційними змінами є особливо важливим в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, оскільки саме відділ ЗЕД більшою мірою забезпечує, організовує та контролює даний вид діяльності. Саме від ефективності

роботи відділу залежить прибутковість, оперативність та ефективність здійснення підприємством експортно-імпортних операцій. Тим паче, якщо зовнішньоторговельна діяльність є основним джерелом прибутку для підприємства. Також, варто зазначити, що, як і будь-яка інша система, система інноваційної діяльності потребує певного механізму управління. Під механізмом управління інноваційною діяльністю підприємства - суб'єкта ЗЕД слід розуміти комплекс взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів управління на підприємстві і власне зв'язків, які реалізують цілі підприємства на зовнішніх ринках, а також забезпечують вирішення його проблем у сфері зовнішніх ринків і пов'язаних з ними [1].

Механізм управління інноваційною діяльністю - це динамічна і відкрита система, що враховує сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, що можуть гальмувати чи обмежувати його. Виходячи з цього, механізм інноваційної діяльності підприємства суб'єкта ЗЕД повинен виконувати функції, що наведені в табл.1.3. Механізм управління інноваційною діяльністю відіграє дуже важливу роль у діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД. Адже підприємство за допомогою механізму вирішує такі важливі питання, як матеріальні ресурси, кадрове забезпечення, випуск висококонкурентної продукції, досягнення конкурентних переваг, економічність діяльності, використання високотехнологічного обладнання, реалізація стратегій управління тощо. Схема механізму управління інноваційною діяльністю підприємства – суб'єкта ЗЕД відображено на рис. 1.3. Як можна побачити, існує 5 етапів механізму управління інноваційною діяльністю на підприємстві. До того, як підходити до 1 етапу, потрібно проаналізувати всі фактори, що можуть обмежити чи ускладнити сам процес. Існує безліч різних факторів та важелів, які можуть впливати на систему управління інноваційною діяльністю. Одним з найактуальніших видів є поділ на фактори зовнішнього та внутрішнього характеру.

Таблиця 1.3

Функції механізму інноваційного розвитку підприємств – суб'єктів ЗЕД

№ п/п	Вид функції управління	Зміст функції управління
1	Моніторинг зовнішнього середовища	Аналіз поточної кон'юнктури ринку, визначальних її факторів, правових умов інноваційної діяльності, пов'язаних з діяльністю підприємства окремих форм інвестицій, прогноз розвитку кон'юнктури
2	Аналіз внутрішнього стану підприємства	Аналіз результатів діяльності, розрахунок ефективності діяльності підприємства, визначення її сильних і слабких сторін, обґрунтування тенденції його розвитку
3	Вибір напрямків інноваційного розвитку господарського механізму	На основі методу SWOT-аналізу визначення зовнішніх впливів і загроз, сильних і слабких сторін діяльності підприємства, відбір інноваційних проєктів, найбільш відповідних діяльності підприємства;
4	Формування цільового ринку для реалізації проєктів інноваційного розвитку	Вибір цільових сегментів чи ніш ринку для реалізації варіантів інноваційного розвитку.
5	Аналіз і кількісна оцінка ризиків на етапах інноваційного розвитку	Використання методів і моделей врахування можливих ризиків для прийняття і коригування управлінських рішень)
6	Формування перспективних напрямків інноваційного розвитку	Формування системи цілей, пріоритетних завдань на поточний і довгостроковий інноваційного розвитку
7	Формування структури управління інноваційним розвитком	Формування оптимальної організаційної структури системи управління у відповідності до системи поставлених цілей і складу завдань
8	Планування діяльності за обраними напрямками інноваційного розвитку	Розробка перспективних і поточних планів, прогнозування потреби в інвестиційних ресурсах, необхідних для реалізації розроблених інноваційних планів за окремими етапами їх здійснення; визначення можливості використання залучених і власних коштів
9	Контроль за ходом виконання завдань інноваційного розвитку	Виявлення та усунення причин відхилень від наміченої програми інноваційного розвитку (за термінами, обсягами тощо)
10	Розробка управлінських рішень про пошук нових напрямків інноваційної діяльності	Підготовка рішень про коригування і зміну пріоритетів діяльності, про розроблення нових варіантів інноваційного розвитку

Джерело: складено автором на основі [10].

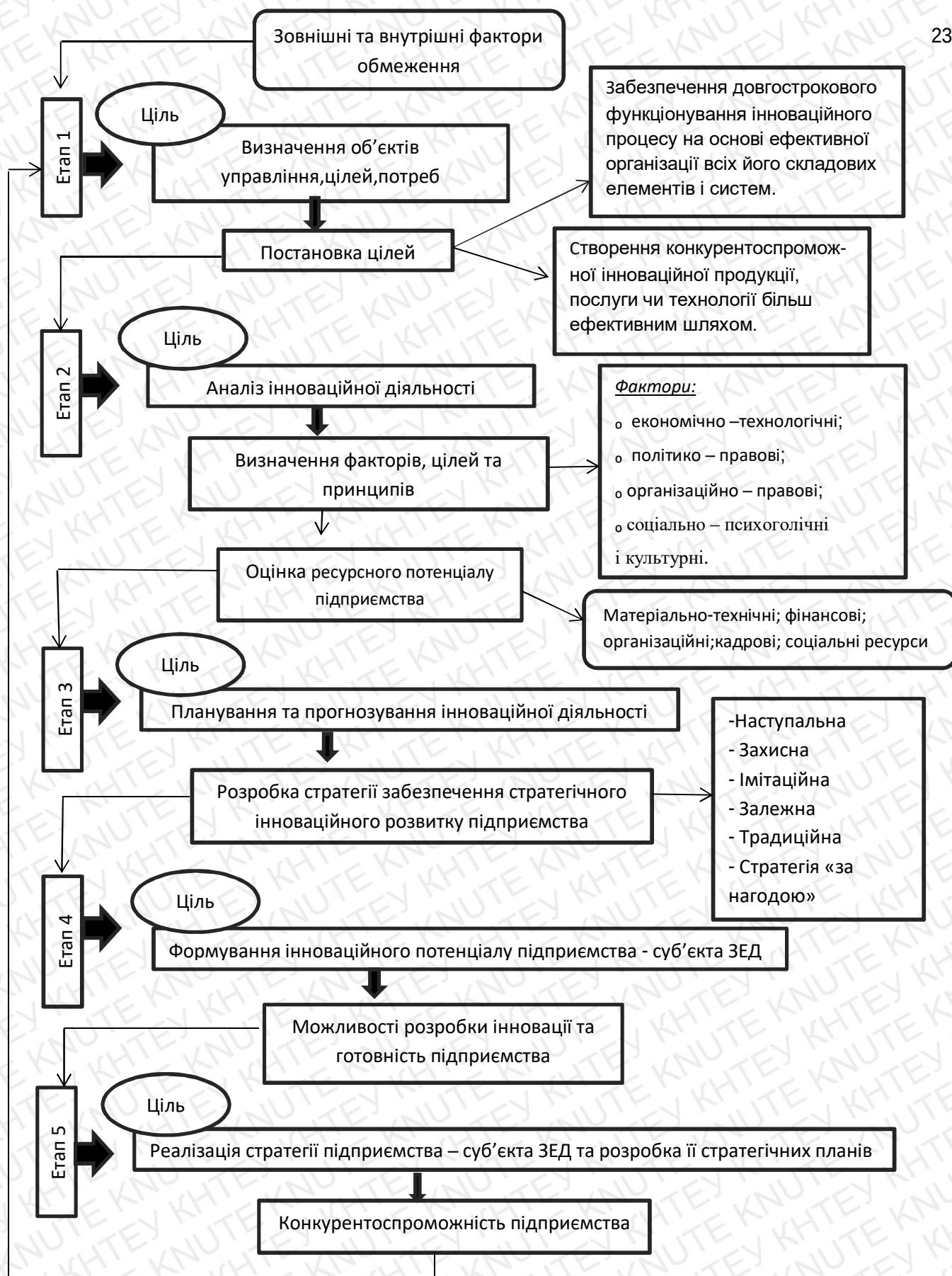


Рис.1.3 Схема механізму управління інноваційною діяльністю підприємства – суб'єкта ЗЕД

Джерело: складено автором на основі [31].

Наприклад Л.І. Федулова до зовнішніх факторів відносить конкуренцію, попит та виробничотехнічні фактори [47]. А серед внутрішніх факторів вона виділяє наступні:

- відсутність складнощів та перепон у взаємовідношенні між співробітниками та різними підрозділами;
- ступінь розвитку науково-технічної інфраструктури та самостійності підрозділів;
- наявність зацікавленості працівників, в тому числі через фінансової;
- розвиток колективної культури;
- відношення керівництва підприємства до нововведень[47].

Більш повна класифікація факторів представлена в роботі Мединського В. Г., де він виділяє фактори, що сприяють і перешкоджають інноваційній діяльності підприємства ЗЕД. Дані фактори представлені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Фактори, що впливають на інноваційну діяльність підприємства ЗЕД

Фактори	Фактори, що перешкоджають інноваційній діяльності	Фактори, що сприяють інноваційній діяльності
Економічно-технологічні	Недостатній рівень фінансового забезпечення, необхідний для впровадження інновацій; застаріла технологічна чи матеріальна база;	Прогресивні, новітні технології; наявність потужної матер., техн. та фінансової бази; розвинена науково-техн. інфраструктура.
Політико-правові	Нестабільна політична ситуація в країні; законодавчі обмеження з боку держави (податкове, антимонопольне законодавство тощо); напружені відносини з іншими державами.	Державні заходи та підтримка (на законодавчому рівні), що заохочують до інноваційної діяльності.
Організаційно-правові	Надмірна централізація; авторитарний стиль управління; домінування інтересів поточного виробництва; консервативність поглядів в організації управління підприємством.	Демократичний стиль управління; матеріальні заохочення за участь у інноваційній діяльності;

Продовження табл.1.4

Соціально-психологічні і культурні	Опір нововведенням, які можуть викликати такі наслідки, як зміна статусу, необхідність пошуку нової роботи, перебудова усталених способів діяльності, порушення стереотипів поведінки, сформованих традицій;	Моральне заохочення, суспільне визнання; забезпечення можливостей самореалізації; нормальний психологічний клімат у трудовому колективі.
------------------------------------	--	--

Джерело : складено автором на основі [45, ст. 217-218].

Для того, щоб ефективно здійснювати інноваційну політику у підприємства ЗЕД виникає необхідність використання певних специфічних засобів та методів впровадження інновацій. Тобто підприємство має обрати певну стратегію, якої буде дотримуватися у своїй політиці та у процесі прийняття рішень у своїй діяльності. Інноваційна стратегія – це комплексна розробка цілей та заходів їх досягнення, яка потребує врахування великої кількості факторів. Таким чином це складова, яка потребує управлінського механізму, задля побудови чіткого механізму дій.

Автори виділяють такі цілі формування інноваційної стратегії з удосконалення системи управління ЗЕД підприємства [26, ст. 126]:

- формування бізнес-процесу ЗЕД, що є єдиним для всієї компанії;
- підвищення продуктивності праці і кількості завдань, що виконуються відділом ЗЕД;
- підвищення мотивації співробітників відділу ЗЕД;
- зменшення ризиків підприємства, що пов'язані з роботою відділу ЗЕД;
- підвищення кваліфікації співробітників відділу ЗЕД;
- підвищення мотивації співробітників відділу ЗЕД;
- організація більш прозорої схеми ЗЕД підприємства та окремих її ділянок;
- розширення ЗЕД підприємства, налагодження стосунків з новими контрагентами;
- автоматизація системи управління ЗЕД підприємства.

Крім того, при виборі стратегії, може бути здійснений SWOT-аналіз, згідно якої фактори ринкового середовища і фактори, що визначають

внутрішні можливості підприємства, поділяють на дві групи. Для зовнішнього середовища - можливості розвитку і загрози розвитку, для підприємства — сильні і слабкі сторони його діяльності [29, ст. 63].

Найбільш досконалу класифікацію видів інноваційних стратегій підприємства можна знайти в роботах Х. Фрімена [43, ст.152-153]. Він виділив шість типів інноваційної стратегії підприємства:

1. Наступальна – пов'язана з прагненням підприємств досягти ринкового та технологічного лідерства, шляхом створення нової продукції, активного НДДКР та маркетингу, тому передбачає високий фінансовий потенціал та висококваліфіковані кадри. Характерна для фірм, що базують свою діяльність на принципах підприємницької конкуренції.

2. Захисна – зорієнтована на утримання стабільної, конкурентної позиції на вже наявних ринках, уникаючи будь-які ризики, тобто підприємства роблять рішення щодо впровадження новації лише впевнившись в її перспективності.

3. Імітаційна - пов'язана з копіюванням технології виробництва продукції фірм-піонерів.

4. Залежна – ситуація, коли дрібні підприємства є підпорядкованими крупнішим щодо характеру технологічних змін і виробництву нового продукту, тобто «залежні» підприємства не роблять спроб змінити свою продукцію, бо вони тісно пов'язані з вимогами до неї від головної фірми.

5. Традиційна – осмислена відмова від впровадження чогось нового, тобто підприємство закріплює певні інноваційні форми на тривалий час.

6. Інноваційна стратегія «за нагодою» - пов'язана з швидким опануванням інформації і можливостей, які виникають у зовнішньому середовищі підприємства.

З ціллю ефективного функціонування механізму управління інноваційною діяльністю, науковці виділяють певні принципи [26, ст. 127], які повинні стати основою при розробці стратегії цієї діяльності. А саме:

- обґрунтування напрямків діяльності підприємства, які знаходяться в

межах ризику;

- використання різних джерел та способів залучення та впровадження новаторських ідей;
- визначення реальних цілей інноваційного проекту, тобто цілей, які можливо реалізувати, а також їх ранжування на першочергові та другорядні;
- планування всіх етапів роботи при реалізації інноваційного проекту (при цьому перехід до наступного етапу є неможливим до закінчення попереднього).

В процесі управління інноваційною діяльністю, оцінюється фактичний інноваційний потенціал підприємства суб'єкта ЗЕД, як сукупність трудових, нематеріальних, матеріальних і природних ресурсів, залучених чи не залучених з яких-небудь причин в процес виробництва, але таких, що володіють реальною можливістю брати участь в ньому (рис. 1.4).



Рис. 1.4 Ресурсний потенціал підприємства – суб'єкта ЗЕД

Джерело : складено автором на основі [12].

Найбільший вплив на інноваційний потенціал підприємства, в більшості випадків, мають більшості кадрові та матеріально-технічні складові, а також

розвиток науково-технічної бази. Особливо важливим є наявність спеціалістів і вчених, що забезпечують інноваційний процес новими знаннями, ідеями, винаходами та ноу-хау. Тому саме цій складовій інноваційного потенціалу має приділятися головна увага в стратегії її підтримки.

Таким чином, результативність інноваційного розвитку підприємства прямо залежить від використання дієвого організаційно-економічного механізму управління розбудовою інноваційних процесів на підприємстві. Механізм управління інноваційною діяльністю підприємств – суб'єктів ЗЕД є, по суті, комплексною системою інструментів забезпечення інноваційного розвитку (правових, економічних, адміністративних, організаційних тощо), пов'язаних єдиними цілями, принципами і забезпечених відповідними ресурсами. Основними чинниками, які перешкоджають формуванню та впровадженню інноваційної стратегії в системі управління ЗЕД на підприємствах є: відсутність в достатньому обсязі фінансових можливостей для формування управлінського потенціалу; недостатня кваліфікація управлінського персоналу; відсутність інформації про ефективні нововведення у сфері управління ЗЕД та можливості одержати кваліфіковану допомогу і консультації; нестабільна політична ситуація, законодавчі обмеження, тощо. Ефективність інноваційної стратегії підприємства ЗЕД в системі управління інноваційною діяльністю виявляється у зростанні прибутку підприємства, збільшення частки зовнішнього ринку та конкурентоспроможності, підвищення результативності бізнес-процесів, зниження витрат зростання рівня задоволення споживачів, персоналу тощо.

1.3. Методичний інструментарій оцінювання інноваційної діяльності підприємства -суб'єкта ЗЕД

Сьогодні недостатньо володіти інформацією про показники прибутковості, розраховані на основі даних фінансової звітності. Для

втілення у життя концепції інноваційного розвитку підприємству необхідні інші орієнтири, які б торкалися усіх напрямів роботи, що пов'язана із формуванням і прийняттям інноваційних рішень, з урахуванням різних чинників, що впливають процес інноваційної діяльності [42,ст. 175]. Здійснення інноваційної діяльності підприємства ЗЕД є неможливим без оцінки її ефективності. Варто зазначити, що в сучасних умовах, у вітчизняній економічній літературі, практично немає єдиних і науково-обґрунтованих методичних підходів до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД. Тому для оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств застосовуються різні методологічні підходи та системи показників (рис. 1.5).

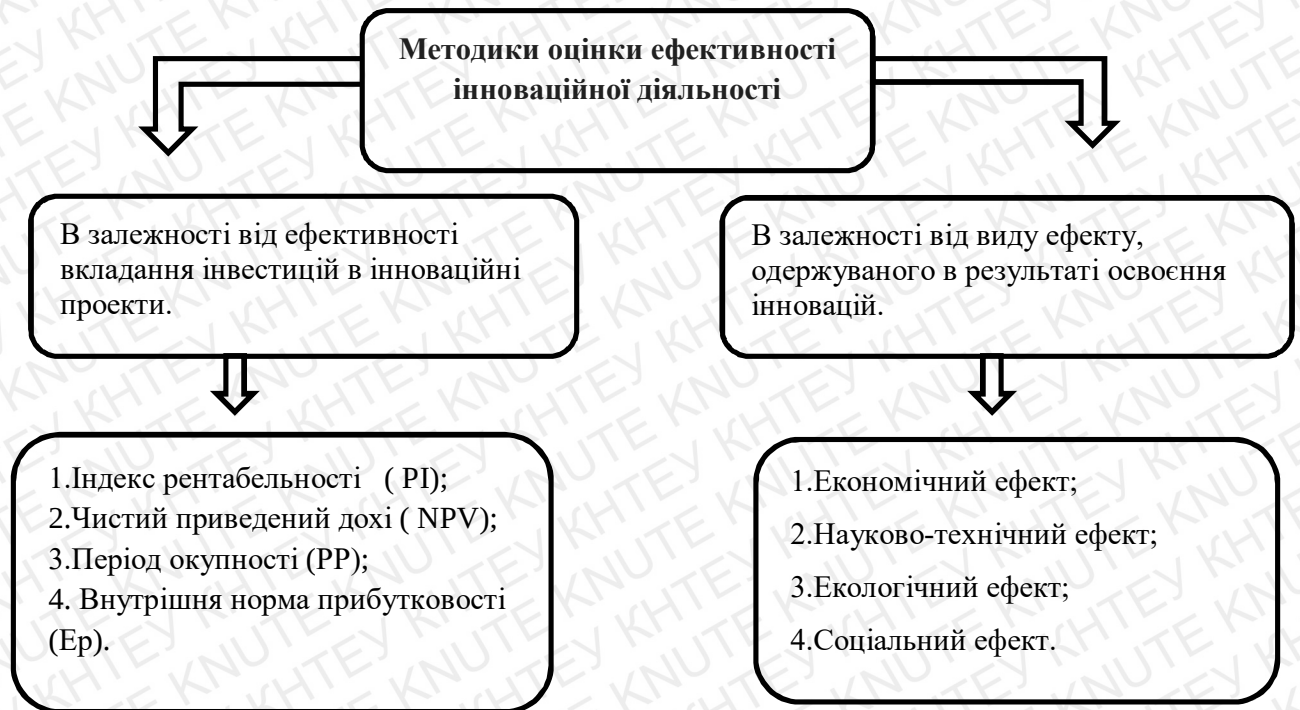


Рис 1.5 Підходи до оцінювання інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД

Джерело: складено автором на основі [12].

Формули і значення показників оцінювання інноваційної діяльності зображено в табл.1.5.

Таблиця 1.5

**Показники оцінки ефективності інноваційної діяльності
підприємств – суб'єктів ЗЕД**

Показник	Формули і позначення	Зміст	Нормативне значення
Індекс рентабельності інвестицій (PI)	$= \frac{\sum D}{\sum B_t}$ Д_t – дохід в період t; В_t – розмір інвестицій в інновації у період t, а_t – коеф. дисконтування, Т_p – розрахунковий рік	Це відношення приведених доходів до приведених на цю ж дату витрат, що супроводжують реалізацію інноваційного проекту	> 1
2. Чиста приведена вартість (NPV)	$= (D - B_t) \cdot a_t$ Д_t – доходи в t-й рік; В_t – інноваційні витрати в t-й рік	Це різниця результатів і витрат за розрахунковий період, приведених до одного, як правило, початкового року, тобто з урахуванням їх дисконтування	> 1
3. Період окупності (PP)	$= \frac{\Pi}{D}$ Π – початкові інвестиції у проект; Д – прогнозні щорічні грошові доходи	Це період, протягом якого додатковий прибуток, отриманий внаслідок реалізації інноваційного проекту, забезпечить повернення вкладених інвестицій. Це період, необхідний для відшкодування початкових капіталовкладень за рахунок прибутків від проекту (чистий прибуток після відрахування податку + фінансові витрати + амортизація).	
4. Внутрішня норма прибутковості (Е _p).	$D = \sum_{t=1}^T \frac{D_t}{(1+E_p)^t}$ $K = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{(1+E_p)^t}$ Д_j – дохід у періоді j; К_t – розмір інвестицій в інновації в періоді t. $E_p = D + \frac{(D - K)}{K}$ Д – величина ставки дисконту, за якої ЧТВ позитивна; К – величина ставки дисконту, за якої ЧТВ негативна; а – величина позитивної ЧТВ за величини ставки дисконту Д; b – величина негативної ЧТВ за величини ставки дисконту К.	Розрахунок внутрішньої норми рентабельності здійснюють методом послідовних наближень величини ЧТВ до нуля за різних ставок дисконту. Якщо значення Е _p проекту для приватних інвесторів більше за існуючу ставку рефінансування банків, а для держави – за нормативну ставку дисконту, і більше за Е _p альтернативних варіантів проекту з урахуванням ступеня ризику, то рішення про його інвестування може бути позитивним.	Рекомендується відбирати такі інноваційні проекти, внутрішня норма дохідності яких не нижча 15-20% [19]

Джерело : складено автором на основі [15, ст.90; 28, ст.140].

Разом з тим, розглянуті методи вартісного підходу не враховують гнучкості та недооцінюють інвестиційних можливостей підприємства, оскільки ігнорують зусилля менеджера змінити прийняте рішення на основі нової інформації.

При розрахунку економічної ефективності слід обов'язково враховувати зміну вартості грошей у часі, оскільки від вкладення інвестицій до отримання прибутку минає чимало часу. Це можна зробити за допомогою дисконтування. Основою дисконтування є поняття часової переваги, або зміни цінності грошей у часі. Це означає, що раніше отримані гроші мають більшу цінність, ніж гроші, отримані пізніше, що зумовлено зростанням ризиків і невизначеності у часі. Тобто, дисконтування – це перерахунок вигод і витрат для кожного розрахункового періоду за допомогою норми (ставки) дисконту. При розрахунках показників ефективності інвестицій за дисконтну ставку можна брати:

- середню депозитну або кредитну ставку;
- індивідуальну норму доходності інвестицій з урахуванням рівня (темрів) інфляції, ризику і ліквідності інвестицій;
- альтернативну норму доходності для інших можливих видів інвестицій;
- норму доходності від поточної господарської діяльності тощо [45, ст. 255].

У даний час у відповідно до рекомендацій ЮНІДО (Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку) у закордонній практиці застосовуються наступні показники оцінки ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності: чистий дисконтований дохід, внутрішня норма прибутку або коефіцієнт дисконтування, проста норма прибутку, проста норма прибутку на акціонерний капітал, коефіцієнт фінансової автономності проекту, коефіцієнт поточної ліквідності, строк окупності інвестицій в інноваційний проект. Як інтегральний показник, що характеризує

ефективність інноваційної діяльності організації, може бути використаний коефіцієнт результативності роботи:

$$= \frac{R_c}{\sum_{i=1}^n Q_i}, \quad (1.1)$$

де R_c – сумарні витрати щодо закінчення робіт, (які рекомендовано) для серійного виробництва;

Q – фактичні витрати на НДР за i -рік;

n – кількість років аналізованого періоду;

H_1 – незавершене виробництво на початок аналізованого періоду у вартісному відображенні;

H_2 – аналогічно на кінець аналізованого періоду [12].

Крім того, як відображено на рис 1.5 впровадження нововведень може дати чотири види ефекту: економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний. Приклади цих ефектів зображено на рис. 1.6.

Економічний ефект інноваційної діяльності оцінюється системою вартісних показників і проявляється у підвищенні економічної ефективності роботи підприємства, раціональному використанні ресурсів, збільшенні прибутку від реалізації продукції, покращенні використання виробничих потужностей, впровадженні корисних винаходів. Економічний ефект розраховується за формулою:

$$E_t = \sum_{i=1}^n (P_t - Z_t) \cdot a^i, \quad (1.2)$$

де E_t – економічний ефект інноваційної діяльності за розрахунковий період;

P_t – вартісна оцінка результатів інноваційної діяльності за розрахунковий період;

Z_t – вартісна оцінка затрат на інноваційну діяльність за розрахунковий період; a – коефіцієнт дисконтування [35,ст.51].

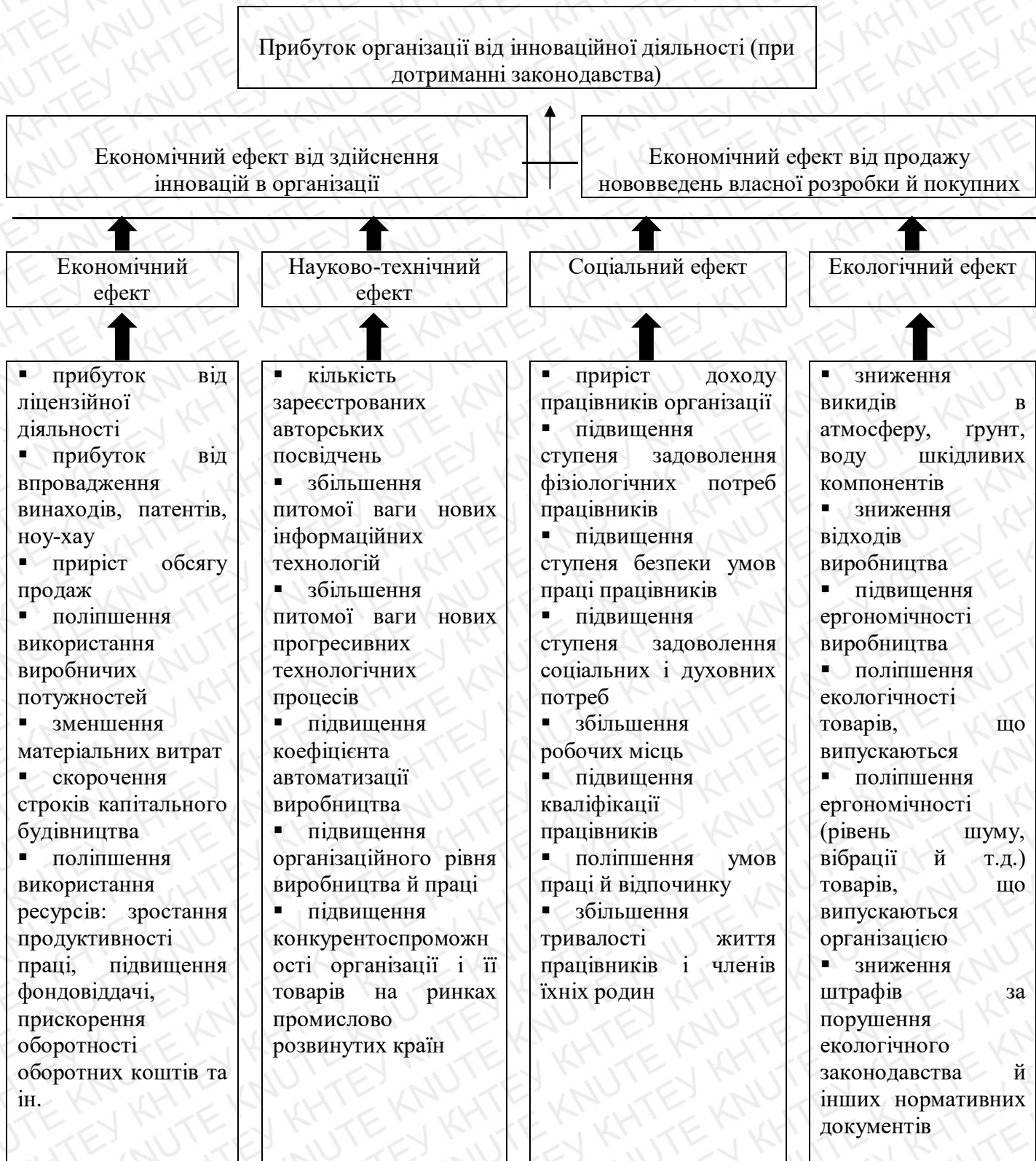


Рис 1.6. Система показників ефективності інноваційної діяльності

Джерело: складено автором на основі [18,21,20,35].

На етапах практичного використання науковотехнічний ефект інноваційної діяльності можна оцінити шляхом оцінки таких показників: підвищення науково-технічного рівня виробництва; підвищення організаційного рівня виробництва; збільшення частки використання нових

інформаційних технологій; збільшення частки нових технологічних процесів; зростання кількості і статусу науково-технічних публікацій; підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції [21, ст. 234]. Соціальний ефект інноваційної діяльності, сприяючи розвитку суспільства та задовольняючи його потреби, проявляється насамперед у досягненні якісно нового рівня життя населення, підвищенні рівня освіти та створенні нових нематеріальних цінностей й оцінюється в основному якісними показниками. Хоча оцінити соціальний ефект складно, його окремі компоненти можуть бути оцінені вартісно через розрахунки показників рівня та способу життя, здоров'я і довголіття суспільства тощо [18, ст. 43]. Екологічне оцінювання враховує вплив інновацій на розв'язання проблем охорони довкілля, що особливо важливо у реалізації інноваційних проектів, які можуть змінювати рівень екологічної безпеки території. Екологічний ефект оцінюється за допомогою системи відносних показників, які характеризують: зниження промислових викидів в атмосферу, воду, ґрунт; зниження кількості відходів виробництва і можливість вторинної їх переробки; покращення екологічності продуктів, що виробляються; покращення ергономічності товарів (рівень шуму, вібрації, електромагнітного випромінювання); підвищення відповідальності і зниження штрафів за порушення екологічного законодавства та інших нормативних документів тощо [20, ст. 377].

Екологічний ефект тісно пов'язаний із соціальним. Вартісна оцінка соціальних і екологічних результатів (P_t), яка входить до складу економічного ефекту, може здійснюватися за формулою [35, ст. 56] :

$$= \sum * , \quad (1.3)$$

де R_{jt} – величина j -го результату в натуральному виразі у t -му році;
 α_{jt} – вартісна оцінка одиниці окремого результату у t -му році.

Таким чином, сьогодні розроблено значний методичний інструментарій оцінювання ефективності діяльності підприємства, що може бути використаний для оцінювання інноваційного напрямку, а це, своєю чергою,

ускладнює роботу менеджерів, оскільки вимагає від них вибору тих критеріїв, що найповніше характеризують результати реалізації інноваційних рішень. Проведені зарубіжними вченими дослідження свідчать про те, що менеджери відчують труднощі із визначенням справедливих критеріїв ефективності, а саме із вибором правильних показників випередження і відставання (59 % повідомляють про труднощі), вибором контрольних точок для порівняльного аналізу з конкурентами (49 %), балансуванням фінансових і нефінансових показників (44 %), охопленням і врахуванням інтересів різних груп (43 %), використанням відповідної кількості критеріїв (41 %), виділенням найважливіших факторів (37%) [34,с.18].

Отже, в сучасних умовах, у вітчизняній економічній літературі, практично немає єдиних і науково-обґрунтованих методичних підходів до оцінювання ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств. Тому для оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД застосовуються різні методологічні підходи та системи показників. Їх розділяють в залежності від ефективності вкладання інвестицій в інноваційні проекти та ефекту, одержуваного в результаті освоєння інновацій. При розрахунку економічної ефективності слід обов'язково враховувати змінність грошей у часі, оскільки від вкладення інвестицій до отримання прибутку минає чимало часу. Це можна зробити за допомогою дисконтування. Крім того, процес оцінювання ефективності інноваційної діяльності є доволі складним і багатоетапним процесом, тому вимагає застосування різноманітних підходів до оцінкових процедур. Слід зазначити, що кожна організація самостійно визначає підхід до оцінювання ефективності своєї роботи. Однак, очевидним є те, що традиційне використання показників прибутковості є недостатнім для повного уявлення про потенціал і можливості організації на шляху до інноваційного розвитку. В цьому випадку необхідно враховувати усі фактори, що впливають на прийняття та реалізацію інноваційних рішень із врахуванням можливих наслідків.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Отже, підприємства- суб'єкти ЗЕД досягають своїх конкурентних переваг більшою мірою за допомогою інновацій. Узагальнюючи різні думки та праці, можна виділити 4 основні підходи до дефініції поняття «інновації»: ідейний, процесний, результативний та трансформаційний. Усі ці підходи пов'язують інновації з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології чи процесу. Тісно пов'язаним з інноваціями поняттям, є інноваційна діяльність, під якою слід розуміти комплекс заходів, спрямований на процес перетворення наукових знань і навичок в новий або удосконалений продукт, технологічний процес, метод організації виробництва, праці, чи системи управління, з метою подальшого освоєння і впровадження в систему суспільного виробництва. Найчастіше об'єкти інноваційної діяльності виступають у формі інноваційного проекту, який має відповідати певним вимогам. Рівень інноваційного розвитку в країні можна оцінювати за допомогою рівня витрат на наукові дослідження і розробки. Хоч в останні роки цей рівень показує тенденцію до збільшення, тим не менше масштаби та рівень наукових розробок та інновацій в країні залишаються недостатніми. Насамперед, це пояснюється недостатнім фінансуванням наукової сфери, через що, одержання важливих наукових результатів стає майже неможливим та перешкоджає розвитку України. Результативність інноваційного розвитку підприємства прямо залежить від використання дієвого організаційно-економічного механізму управління розбудовою інноваційних процесів на підприємстві. Механізм управління інноваційною діяльністю підприємств – суб'єкти ЗЕД є, по суті, комплексною системою інструментів забезпечення інноваційного розвитку (правових, економічних, адміністративних, організаційних тощо), пов'язаних єдиними цілями, принципами і забезпечених відповідними ресурсами. Основними чинниками, які перешкоджають формуванню та впровадженню інноваційної стратегії в системі управління ЗЕД на підприємствах є: відсутність в достатньому обсязі фінансових можливостей для формування управлінського потенціалу; недостатня квалі-

фікація управлінсь-кого персоналу; відсутність інформації про ефективні нововведення у сфері управління ЗЕД та можливості одержати кваліфіковану допомогу і консультації; нестабільна політична ситуація, законодавчі обмеження, тощо.

Ефективність інноваційної стратегії підприємства ЗЕД в системі управління інноваційною діяльністю виявляється у зростанні прибутку підприємства, збільшення частки зовнішнього ринку та конкурентоспроможності, підвищення результативності бізнес процесів, зниження витрат зростання рівня задоволення споживачів, персоналу тощо. , в сучасних умовах, у вітчизняній економічній літературі, практично немає єдиних і науково-обґрунтованих методичних підходів до оцінювання ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств. Тому для оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД застосовуються різні методологічні підходи та системи показників. Їх розділяють в залежності від ефективності вкладання інвестицій в інноваційні проекти та ефекту, одержуваного в результаті освоєння інновацій. При розрахунку економічної ефективності слід обов'язково враховувати зміну вартості грошей у часі, оскільки від вкладення інвестицій до отримання прибутку минає чимало часу. Це можна зробити за допомогою дисконтування. Крім того, впровадження нововведень може дати чотири види ефекту: економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний. Крім того, процес оцінювання ефективності інноваційної діяльності є доволі складним і багатоетапним процесом, тому вимагає застосування різноманітних підходів до оцінкових процедур. Слід зазначити, що кожна організація самостійно визначає підхід до оцінювання ефективності своєї роботи.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»

2.1. Загальна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Київстар»

ПрАТ «Київстар», на сьогоднішній день, являється найбільший оператор телекомунікацій України, який надає послуги зв'язку та передачі даних на основі широкого спектра мобільних і фіксованих технологій, у тому числі 4G. Компанія 20 років працює в Україні і є одним з найбільших платників податків серед телеком-операторів і одним з найкращих роботодавців, а також соціально відповідальною компанією. Київстар входить до складу VEON, однієї з найбільших у світі інтегрованих телекомунікаційних компаній, з головним офісом у Нідерландах. Станом на 31 грудня 2017 року та 2016 року акціонери та, відповідно, їхні частки в капіталі компанії представлені таким чином (таблиця 2.1). Станом на 31 грудня 2017 року Компанія має дві дочірні компанії, що знаходяться в її повній власності, – Товариство з обмеженою відповідальністю «Старавто» та Товариство з обмеженою відповідальністю «СтарМані» [38].

Як національний телеком-оператор, Київстар активно сприяє модернізації телеком галузі України и впроваджує інноваційні послуги. Так, 1998 року компанія першою запропонувала абонентам послугу SMS, а 2000-го — першою почала надавати доступ до мережі інтернет за технологією WAP. Також Київстар першим впровадив «пакетні» тарифні плани без плати за хвилини та скасував помегабайтну тарифікацію інтернету [24].

Компанія, першою серед телеком-операторів України, повністю модернізувала комутаційну мережу для підготовки до запровадження технологій швидкісної мобільної передачі даних. У мережі Київстар встановлено новітнє обладнання, що підтримує стандарти зв'язку 3G, 4G та LTE.

У 4 кварталі 2017 року «Київстар» досягнув поставлених цілей, а саме [38]:

1. Вдвічі збільшилось охоплення мережі 3G;
2. Зросло середнє споживання мобільного інтернету на 177%;
3. Компанія стала лідером за індексом лояльності клієнтів (NPS).

Також за 4 квартал 2017 року клієнтська база Київстар зросла на 3% – до 26,1 млн – за рахунок зростання нових підключень і скорочення відтоку абонентів, а доходи від послуг фіксованого зв'язку збільшилися за звітний період на 5%, досягнувши 270 млн. грн. [38]. Більш детально про досягнення ПрАТ «Київстар» на кінець 2017 року, порівняно з 2016 роком досліджено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Ключові показники діяльності Київстар у 4 кварталі 2017 році

Показники, млн. грн.	4 кв. 2017р.	4 кв. 2016р.	4кв.201 7р./4кв. 2016р.	2017 рік	2016 рік	2017р./ 2016 р.
Загальна виручка	3,881	3,472	11,8%	14,960	13,475	11%
Виручка від реалізації мобільних послуг	3,601	3,206	12,3%	13,851	12,475	11%
Виручка від реалізації послуг фіксованого зв'язку	270	257	5,2%	1,052	967	8,8%
Мобільний зв'язок						
Загальна виручка від операційної діяльності	3,611	3,215	12,3%	13,908	12,508	11,2%
у т.ч. від послуг моб. передачі даних	731	449	62,7%	2,429	1,442	68,4%
Кількість абонентів	26,8	25,4	2,6%	-	-	-
у. т.ч. користувачів моб. інтернету	11,2	12,0	(6,8%)	-	-	-
Фіксований зв'язок						
Загальна виручка від операційної діяльності	270	257	5,2%	1,052	967	8,8%
Дохід від надання послуг широкопasmового доступу	156	143	9,1%	610	524	16,4%

Джерело: складено автором на основі [38].

Саме тому 2016-2017 роки стали періодом трансформації компанії в провайдера цифрових послуг. Саме у ці роки національний телеком-оператор Київстар покращив фінансові результати (рис. 2.1).

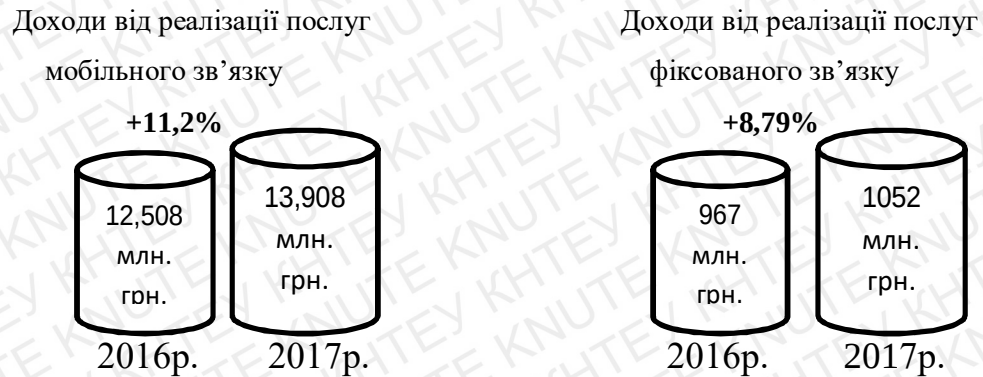


Рис.2.1.Операційно-фінансові результати 2016-2017рр.

Джерело : складено автором на основі даних [38].

Для того, щоб визначити наскільки успішно розвивається підприємство, необхідно дослідити в динаміці основні економічні показники його діяльності. Тому, було б доцільно проаналізувати показники фінансового та техніко-економічного стану підприємства за останні п'ять років, які є визначальними у діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва. Горизонтальний аналіз техніко-економічних показників та показників фінансового стану наведені у табл. 2.3 і 2.4 відповідно. Звітність досліджуваного підприємства подана в додатках А -К.

Проаналізувавши зміну показників в динаміці за 2013-2017 роки, можна зробити певні висновки. Перш за все, простежується зменшення необоротних активів, та поступове збільшення оборотних, що можна пояснити тим, що підприємство перерозподілило свої запаси таким чином, що збільшилась їх питома вага мобільної частини (поточних активів). Це може свідчити про можливе прискорення оборотності оборотного капіталу. Також прослідковується збільшення дебіторської заборгованості за ці роки, що може свідчити про певну неплатоспроможність покупців. У 2013-2015 роки відбувалося зменшення частки власного капіталу, але в межах нормалізованих значень фінансової стійкості. Лише у 2016 році тенденція змінилася, але не досягнувши свого попереднього значення. Зменшення частки запасів у 2015 році може свідчити про ефективне розпорядження запасами, прискорення їх оборотності.

Таблиця 2.3.

**Динаміка техніко-економічних показників
ПрАТ «Київстар» за 2013 – 2017 роки, тис. грн.**

№ з/п	Показники	Роки					Відхилення							
		2013р.	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2014-2013рр.		2015-2014рр.		2016-2015рр.		2017-2016рр.	
							Абс. приріст	Темп росту.,%	Абс. приріст	Темп росту.,%	Абс. приріст	Темп росту.,%	Абс. приріст	Темп росту.,%
1.	Нематеріальні активи	1315835	1223545	1248106	4346873	4039746	-92290	92,99	24561	102,01	3098767	348,28	-307127	92,93
2.	Основні засоби	6452808	6342147	6137881	6981564	6128482	-110661	98,29	-204266	96,78	843683	113,75	-853082	87,78
3.	Довгострокові фінансові інвестиції	37598	34567	16021	0	0	-3031	91,94	-18546	46,35	-16021	-	0	-
4.	Необоротні активи	8366730	9121410	9922198	13139565	12292965	754680	109,02	800788	108,78	3217367	132,43	-846600	93,56
5.	Запаси	726955	37758	60979	48351	50666	-689197	5,19	23221	161,50	-12628	79,29	2315	104,79
6.	Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	600698	366140	883188	1111323	1357765	-234558	60,95	517048	241,22	228135	125,83	246442	122,18
7.	Гроші та їх еквіваленти	1369855	641911	1829855	1662281	3319783	-727944	46,86	1187944	285,06	-167574	90,84	1657502	199,71
8.	Оборотні активи	6508838	2347442	3590680	3772049	5315192	-4161396	36,07	1243238	152,96	181369	105,05	1543143	140,91
9.	Власний капітал	12562976	9203564	8451945	10664202	12469171	-3359412	73,26	-751619	91,83	2212257	126,17	1804969	116,93
10.	Довгострокові зобов'язання і забезпечення	42780	17958	445223	187778	215308	-24822	41,98	427265	2 479,25	-257445	42,18	27530	114,66
11.	Поточні зобов'язання і забезпечення	2269812	2247330	4615710	6059661	4934139	-22482	99,01	2368380	205,39	1443951	131,28	-1125522	81,43

Джерело: складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар(баланс, форма №1).

Показники фінансового стану підприємства ПрАТ «Київстар» за 2013 – 2015

№ з/п	Показники	Роки					2014-2013рр.		2015
		31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	Абс. приріст	Темп росту, %	Абс. приріст
1.	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	13158978	13052470	12975836	14096872	15753027	-106508	99,19	-7663
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-6179987	-6295503	-7564789	-7899849	-8699457	-115516	101,87	-126928
3.	Валовий: прибуток	6978991	6756967	5411047	7033195	7053570	-222024	96,82	-134592
4.	Інші операційні доходи	302979	255651	1126844	4922862	98584	-47328	84,38	87119
5.	Адміністративні витрати	-822425	-924531	-910608	-1122295	-1269207	-102106	112,42	1392
6.	Витрати на збут	-954256	-980050	-1111890	-1136103	-1316755	-25794	102,70	-13184
7.	Інші операційні витрати	-665517	-595876	-1340635	-4766813	-376785	69641	89,54	-74475
8.	Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	4839772	4512161	3174758	4930846	4189407	-327611	93,23	-133740
9.	Інші доходи	474011	30879	26456	56384	26302	-443132	6,51	-442
10.	Фінансові витрати	-1290	-24	-130527	-6267	-18429	1266	1,86	-13050
11.	Втрати від участі в капіталі	-78	-3031	-18546	-2529	0	-2953	3 885,90	-1551
12.	Інші витрати	-28188	-33088	-403875	-1559994	-324708	-4900	117,38	-37078
13.	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	5284542	4506897	2772526	3294297	4194976	-777645	85,28	-173437
14.	Витрати (дохід) з податку на прибуток	-1187670	-727305	-577276	-848128	-807909	460365	61,24	15002
15.	Чистий фінансовий результат: прибуток	4096872	3779592	2195250	2446169	3387067	-317280	92,26	-158434

Джерело: складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар» (форма №2).

Таким чином в період з 2013-2016 рр., фінансовий стан підприємства мав тенденцію до погіршення, що ми можемо побачити в динаміці більшості показників. Але в 2017 році ситуація покращилася, що можна побачити з динаміки, як чистого доходу, так і інших доходів. Особливо важливим є показник чистого доходу підприємства, який у 2017 році також почав показувати позитивну динаміку росту, у порівнянні з попередніми роками.

Наступним важливим етапом є оцінка рівня платоспроможності підприємства «Київстар», тобто його здатність своєчасно розраховуватися по своїх поточних фінансових зобов'язаннях за рахунок оборотних активів різного рівня ліквідності. Результати розрахунків подано у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз коефіцієнтів платоспроможності ПрАТ «Київстар»

№ з/п	Показники	Фактично на:					Нормативне значення
		31.12. 2013	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	
1.	Величина власних оборотних коштів	4239026	373961	-1025030	-2177575	381053	> 0
2.	Загальний коефіцієнт покриття	2,86	1,16	0,77	0,66	2,07	>2
3.	Проміжний коефіцієнт покриття	0,86	0,44	0,58	0,66	0,94	0,7-0,8.
4.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,60	0,28	0,39	0,26	0,67	0,2-0,3.
5.	Частка власного оборотного капіталу у покритті запасів	2,92	0,60	-8,40	-18,74	3,76	> 0,5
6.	Коефіцієнт маневрування	0,32	1,72	-1,79	-0,77	8,71	≥ 0,1

Джерело: складено автором за даними ПрАТ «Київстар» (баланс, форма №1).

Аналізуючи 2013-2017 роки, варто зазначити що немає певної однакової тенденції до погіршення чи покращення. З 2013 до 2015 спостерігається певний спад в діяльності ПрАТ «Київстар», а саме погіршення всіх коефіцієнтів платоспроможності, особливо негативним є загальний коефіцієнт покриття, який дає найбільш загальну оцінку ліквідності активів. Якщо у 2013р. показник був 2,8, і тому підприємство володіло значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам, то у наступні роки він поступово зменшувався і у 2016 становив 0,66. У 2017 році

прослідкувалося покращення ситуації платоспроможності. Кооефіцієнт покриття становив 2,07, що означало, що вартість поточних активів перевищувала суму поточних зобов'язань. Тому на 2017 рік, підприємство «Київстар» було здатне за рахунок ліквідних активів покрити свої поточні зобов'язання. Значення проміжного коефіцієнта покриття говорить про те, що підприємство здатне за допомогою своїх швидколіквідних активів розрахуватися по поточних зобов'язаннях. А значення коефіцієнта абсолютної ліквідності, означає, що ПрАТ «Київстар», за допомогою готових засобів платежу здатне покрити свої поточні зобов'язання. Кооефіцієнт маневрування також показував тенденцію до зниження, і в 2015-2016 роки мав від'ємне значення, що свідчило, що власний капітал і кошти, залучені на довгостроковій основі, спрямовані на фінансування необоротних засобів, тому для фінансування оборотних активів необхідно звертатися до позичкових джерел фінансування. Але у 2017 році показник склав 8,71, що було найвищим значенням за всі досліджувані роки, що означало, що ПрАТ «Київстар» мав достатньо власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів і частини оборотних.

Крім того, доцільно проаналізувати показники фінансової стійкості ПрАТ «Київстар», що розраховані в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Відносні показники оцінки фінансової стійкості ПрАТ «Київстар»

№ з/п	Показники	Роки					Нормативне значення
		31.12. 2013	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	
1.	Коефіцієнт фінансової автономії	0,84	0,80	0,63	0,62	0,71	$\geq 0,5$
2.	Коефіцієнт фінансової заборгованості	0,16	0,20	0,37	0,38	0,29	$\leq 0,5$
3.	Коефіцієнт покриття боргу	5,43	4,06	1,67	1,65	2,42	> 1

Джерело: складено автором за даними ПрАТ «Київстар» (баланс, форма №1).

Показники фінансової автономії та покриття боргу у 2013-2017 роки є більшими за нормативне значення також, що означає, що у структурі

капіталу питома вага власного капіталу є більшою, і також, що ПрАТ «Київстар» здатне розраховуватися по своїм боргам. Крім того у 2015-2017 роки коефіцієнт показував тенденцію до зростання, що означає, що частка позичених коштів у фінансуванні підприємства стає меншою. Таким чином, можна зробити висновок, що підприємство є платоспроможним, та зміцнює свою позицію з кожним роком, адже в динаміці показники мають тенденцію до збільшення. Негативною є тенденція зростання показника довгострокового залучення позикових коштів в динаміці, адже це означає, що підприємство дедалі більше залежатиме від зовнішніх інвесторів. Хоча коефіцієнт і зростає, він знаходиться далеко від критичного значення.

Крім того, було б доцільно визначити тип фінансової стійкості ПрАТ «Київстар». Результати розрахунків щодо визначення типу фінансової стійкості підприємства оформимо у вигляді таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Оцінка типу поточної фінансової стійкості підприємства

№ з/п	Показники	Фактично на:				
		31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
1.	Запаси, тис.грн.	679588	287247	43064	42771	41490
2.	Власний оборотний капітал, тис.грн.	4239026	373961	-1025030	-2177575	381053
3.	«Нормальні» джерела фінансування, тис.грн.	4937461	991610	593006	-683784	2011160

Джерело: складено автором за даними ПрАТ «Київстар» (баланс, форма №1).

Беручи до уваги 2017 рік, ми можемо побачити, що запаси < ВОК, що означає, що ПрАТ «Київстар» у цьому році мав абсолютну фінансову стійкість. Хоча у попередні роки, ми бачимо, що ВОК < запаси < НДФ, тобто у попередні періоди воно мало нормальну фінансову стійкість. Таким чином, у 2017 році ПрАТ «Київстар» зміцнило свою позицію.

Завершальним етапом фінансово-господарського аналізу є аналіз рентабельності діяльності підприємства. Розрахуємо основні показники рентабельності підприємства і оформимо розрахунки у вигляді таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Показники рентабельності ПрАТ «Київстар» за 2013 – 2017 рр..

№ з/п	Показник	Роки				
		2013	2014	2015	2016	2017
1.	Рентабельність діяльності, %	31,13	28,96	16,92	16,38	19,46
2.	Рентабельність активів, %	27,79	25,41	17,57	15,79	19,62
3.	Рентабельність власного капіталу, %	32,89	34,73	24,87	25,32	29,28
4.	Економічна рентабельність, %	35,84	34,22	22,15	20,42	24,19

Джерело: складено автором за даними ПрАТ «Київстар» (баланс, форма №1, форма №2).

Отже, проаналізувавши показники рентабельності, ми можемо зробити висновок, що у період з 2013 -2017 рр.. ПрАТ «Київстар» було прибутковим. У період з 2013 до 2016 рр. простежувалася тенденція до зменшення рівня рентабельності, так, наприклад, економічна рентабельність з 2013 до 2016 рр. знизилася на 15,42 %. Але у 2017 році підприємство покращило ситуацію, і рентабельність зросла. Так у 2017 році економічна рентабельність становила 24,19%.

Таким чином, можна зробити висновок, що ПрАТ «Київстар» є платоспроможним підприємством, яке здатне платити по своїм зобов'язанням та має стійкий фінансовий стан. У 2017 році воно показало позитивну тенденцію до росту прибутку та користувачів послуг, а також покращило свої фінансові та техніко-економічні показники. ПрАТ «Київстар» здатне за рахунок ліквідних активів покрити свої поточні зобов'язання. У структурі капіталу питома вага власного капіталу є більшою. Крім того підприємство здатне розраховуватися по своїм боргам, а частка позичених коштів у фінансуванні підприємства стає меншою. Таким чином, можна зробити висновок, що підприємство є стійким, та зміцнює свою позицію з кожним роком, адже в динаміці показники мають тенденцію до збільшення. Тим не менше, ПрАТ «Київстар» має можливість інвестувати у інноваційні проекти, і надалі збільшувати приріст доходу за рахунок них. Саме тому політика відкритості до інновацій є правильним направленням діяльності компанії.

2.2. Оцінка стану та аналіз ефективності зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності на ПрАТ «Київстар»

Зовнішньоекономічна діяльність відіграє вирішальну роль в умовах посилення інтеграційних процесів, забезпечує передумови активного розвитку підприємства на інноваційній основі. Київстар входить до складу нідерландської телеком групи VEON, але надає послуги під власним, суто українським брендом, що позитивно впливає на імідж підприємства в українському суспільстві. Група VEON представлена в 13 країнах світу, 56,2% якої опосередковано належать російській корпорації Альфа-Групп, 14,6% норвезькій компанії Telenor, а решта 29,2% перебувають у вільному обігу на фондових біржах NASDAQ та Euronext. Компанія працює на ринках країн СНД, Європи, Азії, Африки. Компанія надає роумінгові послуги в 195 країнах на п'яти континентах [38]. Група VEON є однією з найбільших у світі груп операторів і включає в себе компанії, що здійснюють операції в Росії, Україні, Казахстані, Узбекистані, Таджикистані, Вірменії, Грузії, Киргизстані, В'єтнамі, Камбоджі, Лаосі, Алжирі, Бангладеші, Пакистані, Бурунді, Зімбабве, Намібії, Центральноафриканській Республіці, Італії і має участь в акціонерному капіталі Globalive Wireless Canada [38].

Станом на 31 грудня 2017 року та 2016 року акціонери та, відповідно, їхні частки в капіталі компанії представлені таким чином (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Частки в капіталі акціонерів ПрАТ «Київстар»

Акціонери	Частка участі	Кількість акцій
«ВимпелКом Холдингз Б.В.» (Нідерланди)	73,804%	13 094 562
«ВимпелКом Лтд.» (Бермудські острови)	0,004%	700
Викуплені власні акції	26,192%	4 647 127
Разом	100,000%	17 742 389

Джерело: складено автором за даними [38].

ПрАТ «Київстар» активно інвестує у розвиток кращих технологій зв'язку в Україні. Для розвитку зв'язку третього покоління в Україні

«Київстар» залучив інвестиції міжнародної групи VimpelCom Ltd. Перший транш у розмірі 80 млн доларів США надійшов на рахунок оператора у 1 кварталі 2015 року. Розмір усієї кредитної лінії складе 200 млн доларів США. ПрАТ «Київстар» є імпортером телекомунікаційного, для подальшого використання їх у своїй діяльності. Географічна та товарна структура імпорту ПрАТ «Київстар» зображена на рис. 2.1 та рис. 2.2 відповідно.



Рис.2.1. Географічна структура імпорту ПрАТ «Київстар» у 2017 р., %

Джерело: складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар».

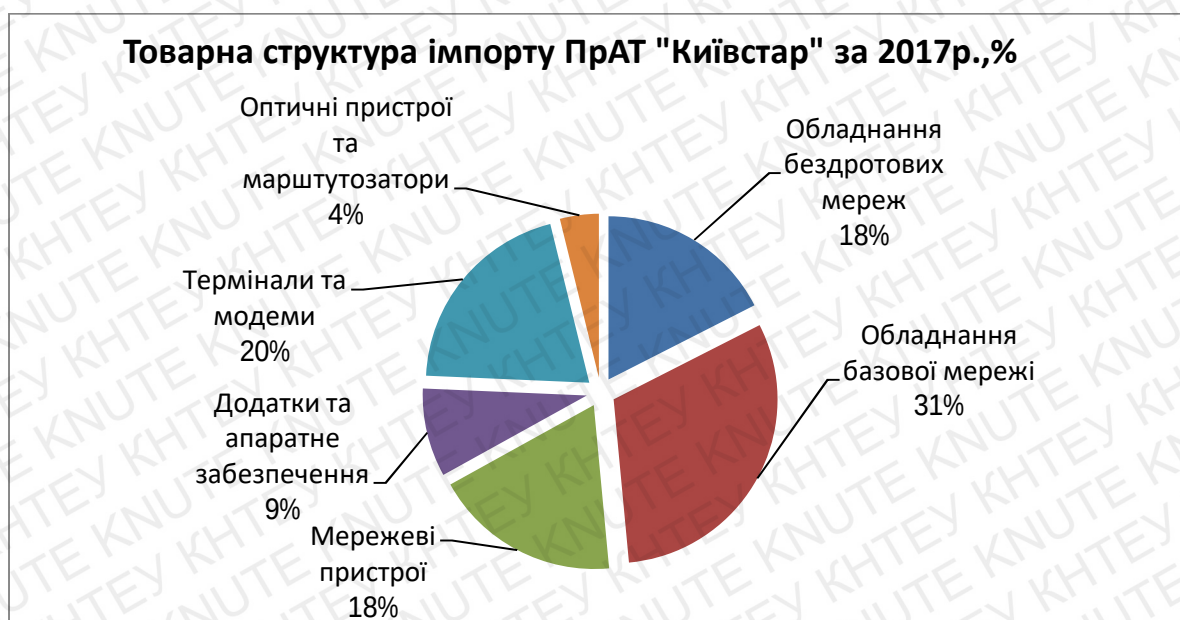


Рис.2.2. Товарна структура імпорту ПрАТ «Київстар» у 2017 р., %

Джерело: складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар».

Отже, найбільшим імпортером ПрАТ «Київстар» є Китай. Компанії Huawei і ZTE експортують велику кількість мережевого обладнання та обладнання бездротових мереж. Це можна пояснити тим, що в Китаї дуже вигідна політика цін для українських підприємств, а також високий рівень технологічного розвитку, що дозволяє експортувати обладнання, яке не випускається в інших країнах. Також ПрАТ «Київстар» активно співпрацює з норвезькою компанією Telenor та шведською Ericsson.

Для дослідження ефективності імпортової діяльності ПрАТ «Київстар» було обрано експортера телекомунікаційних пристроїв з Китаю Huawei Technologies Co. Ltd одна з найбільших компаній КНР у сфері телекомунікацій. Щоб детальніше дослідити механізм здійснення імпортих операцій ПрАТ «Київстар», розрахуємо ефективність імпорту антен UMTS та антен GSP 2000 з Китаю (дод. Л). Умови імпорту товарів відображено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Умови угоди імпорту товарів

Найменування товару	Код УКТ ЗЕД	Кількість (шт.)	Ціна за одиницю		Ставка мита
			імпортна	внутрішня	
Бездротова антена зв'язку класу UMTS	8517620000	400	140\$	4900 грн.	Повна – 3% Пільгова – 1%
Бездротова антена зв'язку класу GSM 2000		350	110\$	4300 грн.	

Джерело : складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар» (дод.Л.).

Даний товар імпортується з урахуванням правил та термінів Інкотермс 2010 на умовах СРТ Київ. За умовами договору товар належить до групи С, тобто продавець організовує і оплачує перевезення без прийняття на себе пов'язаних з ним ризиків. Валютний курс на дату виконання угоди – 28,1 грн/євро. Структуру витрат, пов'язаних із закупівлею товару та його реалізацією на внутрішньому ринку наведено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Структура витрат щодо ціни контракту

Витрати	% до ціни контракту
Витрати на трансп. до кордону	5%
Витрати на трансп. після кордону	3,5%
Витрати на страхування	7%
Витрати на навантаження	0,3%
Витрати на розвантаження	2%
Експортні платежі	4%
Витрати на транспортування товару з кордону країни імпорту в Київ	3%
Витрати на розвантаження товару на складі підприємства	0,7%

Джерело : складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар».

Отже, на основі наведених вище даних, розрахуємо ефективність розробленої зовнішньоторговельної імпоротної операції:

1. Виручка = $400 \cdot 4900 + 350 \cdot 4300 = 3465000$ грн.

2. Витрати:

2.1.Товар 1 : $\Phi B = 400 \cdot 140 = 56000$ \$

$$MB = 56000 + (56000 \cdot 7\%) = 62160 \text{ $}$$

$$M = 62160 \cdot 1\% = 621,6 \text{ $}$$

$$ПДВ = (62160 + 621,6) \cdot 20\% = 12556,32 \text{ $}$$

$$ПЦК1 = 62160 + 621,6 + 12556,32 + 62160 \cdot (0,7\% + 3\%) = 67592,71 \text{ $}$$

2.2. Товар 2 : $\Phi B = 350 \cdot 110 = 38500$ \$

$$MB = 38500 + (38500 \cdot 7\%) = 41195 \text{ $}$$

$$M = 41195 \cdot 1\% = 411,95 \text{ $}$$

$$ПДВ = (41195 + 411,95) \cdot 20\% = 8321,39 \text{ $}$$

$$ПЦК2 = 41195 + 411,95 + 8321,39 + 38500 \cdot (0,7\% + 3\%) = 51452,55 \text{ $}$$

3. Загальна ціна витрат = $\text{ІЦК1} + \text{ІЦК2} = 67592,71 \$ + 51452,55 \$ = 119045,33 \$$

4. Валютна ефективність імпорту = $3465000 / 119045,33 = 29,2$.

5. Ефект імпорту = Виручка – витрати = $3465000 - (119045,33 * 28,1) = 119826,23$

6. Економічна ефективність імпорту = Виручка / витрати = $3465000 / (119045,33 * 28,1) = 1,03$.

Так, як $29,2 > 28,1$ можемо зробити висновок, що дана операція є валютно ефективною. Крім того показник економічної ефективності імпорту > 1 , тож операція також є і економічно ефективною, адже на кожну гривню витрат ПрАТ «Київстар» отримує 1,03 грн доходу від даної імпортової операції.

Наступним кроком оцінки діяльності ПрАТ «Київстар» є аналіз його інноваційної складової. Перш за все, варто зазначити, що за роки роботи Київстар став ініціатором багатьох позитивних змін як для клієнтів, так і для ринку телекомунікацій саме завдяки відкритості до інновацій, адже ПрАТ «Київстар» було першим серед усіх телеком-операторів у впровадженні певних нововведень, як у сферах новітніх технологій, так і у сферах обслуговування. Оцінемо ефективність інноваційної діяльності на основі впровадження інноваційного проекту «Мобільні гроші». У 2015 році ПрАТ «Київстар» розробив проект «Мобільні гроші» - за допомогою коштів з мобільного рахунку абоненти Київстар, які є користувачами сервісу, можуть оплатити комунальні послуги, інтернет та ТБ, квитки, штрафи, погасити кредити та багато іншого.

Для розрахунку потрібна наступна інформація:

1. Інвестиції, пов'язані зі створенням сервісу(у т.ч. залучення спеціалістів та створення програмного забезпечення) – 1564416 грн.

2. Період освоєння (впровадження) інвестиції – 3 роки.

3. Реалізація інновації призведе до:

- збільшення додаткового доходу за рахунок приросту клієнтів на 450800

- грн. в перший рік, з подальшим ростом на 15%. щорічно.
- збільшення додаткового доходу за рахунок комісії від користування додатком на 390000 грн. в перший рік, з подальшим ростом на 20% щорічно.
 - збільшення додаткового доходу за рахунок реклами на 260 тис. грн. в перший рік, з подальшим ростом на 10%. щорічно.
 - обслуговування програмного забезпечення на 350 тис.грн щорічно.
 - додаткові витрати на рекламну компанію нового продукту – 200000 грн.
- 5.Середньозважена вартість капіталу за рахунок якого планується фінансувати проект оцінюється в 17%.

Таблиця 2.12

**Оцінка додаткового чистого грошового потоку інвестиційного проекту
ПрАТ «Київстар»**

Показник	1 рік	2 рік	3 рік
1.Додатковий дохід від росту виручки від реалізації (без ПДВ) за рахунок приросту клієнтів, грн.	450800	518420	586040
2. Додатковий дохід від росту виручки від реалізації за рахунок комісії від користування додатком (без ПДВ),грн.	390000	468000	546000
3. Додатковий дохід від росту виручки від реалізації(без ПДВ) за рахунок реклами, грн.	260000	286000	312000
<i>Загальний обсяг додаткового доходу, грн</i>	1100800	1272420	1444040
1.Додаткові витрати на поточне обслуговування ПЗ, грн	350000	350000	350000
2.Додаткові витрати на рекламну компанію.	200000	-	-
3.Додаткові витрати на амортизацію	521472	521472	521472
<i>Загальний обсяг додаткових витрат, грн</i>	1071472	871472	871472
Додатковий валовий прибуток, грн.	29328	400948	572568
Додатковий податок на прибуток, грн.	5279,04	72170,64	103062,2
Додатковий чистий прибуток, грн.	24048,96	328777,36	469505,8
Додатковий чистий грошовий потік, грн	545521	850249,36	990977,8

Джерело: складено автором на основі матеріалів ПрАТ «Київстар»

Для того, щоб визначити індекс доходності проекту, спочатку знайдемо теперішню вартість грошових потоків за кожен рік:

$$1. PV1 = 545521 / (1 + 0,17) = 466257,2$$

$$PV2 = 850249,36/(1+0,17)^2 = 621118,679$$

$$PV3 = 990977,8/(1+0,17)^3 = 618737,3$$

$$2. \sum PV = 1706113$$

$$3. NPV = \sum PV - \sum I = 1706113 - 1564416 = 141697,2$$

$$4. PO = \frac{\sum}{\sum} = 2,75$$

$$5. Id = \frac{\sum}{\sum} = 1,09$$

Таким чином, можна зробити висновок, що проект вважається дохідним та вигідним, адже $Id > 1$, отже проект є прибутковим, і вартим до реалізації. NPV має позитивне значення, отже додатково проект наростив 141697,2 грн. прибутку. Період окупності склав менше 3 років, тому він встигає окупитися. Тому проект є вигідним для ПрАТ «Київстар».

Отже, ПрАТ «Київстар» входить до складу нідерландської телеком групи VEON, що представлена в 13 країнах світу. Компанія працює на ринках країн СНД, Європи, Азії, Африки. Компанія надає роумінгові послуги в 195 країнах на п'яти континентах. ПрАТ «Київстар» активно інвестує у розвиток кращих технологій зв'язку в Україні. Компанія була та є ініціатором багатьох позитивних змін як для клієнтів, так і для ринку телекомунікацій саме завдяки відкритості до інновацій. Тому ПрАТ «Київстар» завжди першим серед усіх телеком-операторів впроваджує нововведень, як у сферах новітніх технологій, так і у сферах обслуговування. Найбільший імпортер ПрАТ «Київстар» - Китай. Проаналізувавши імпорتنу ефективність, на основі певної операції, можна зробити висновок, що вона є ефективною, як у валютному, так і в економічному сенсі. Інноваційна діяльність проаналізувалася на основі впровадження інноваційного проекту, який виявився дохідним.

2.3.Оцінка конкурентних переваг ПрАТ «Київстар» за рахунок інноваційної діяльності

На сьогодні, на ринку України в сфері телекомунікаційних послуг сформувалося 3 провідні мобільні оператори зв'язку, а саме «Київстар», «МТС-Україна» та lifecell. Таким чином, дозвіл на використання українських GSM-частот наданий трьом ключовим телекомунікаційним підприємствам, які є базовими нематеріальними ресурсами, без яких діяльність (рис. 2.3).

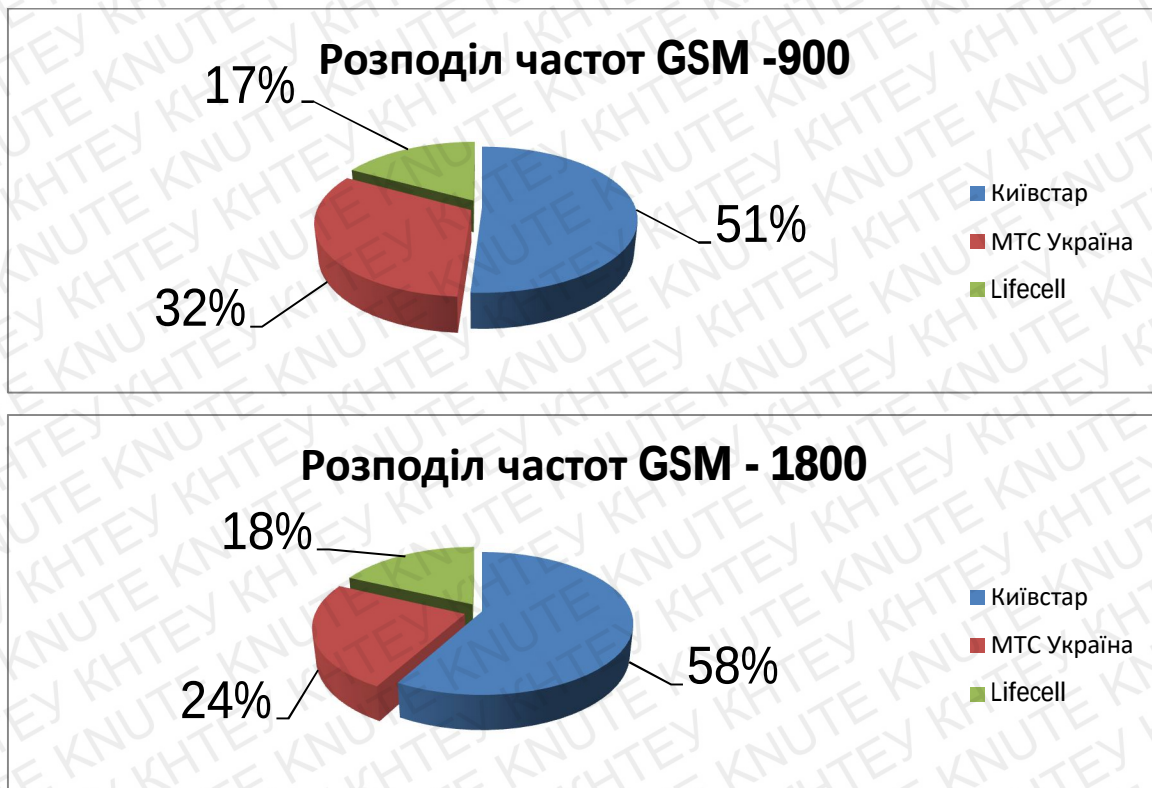


Рис.2.3. Структура часток телекомунікаційних підприємств у розподілі радіочастот GSM-900 і GSM-1800, %

Джерело: складено автором на основі [38-40].

Досліджуючи інноваційну діяльність ПрАТ «Київстар» варто зазначити, що за роки роботи компанія стала ініціатором багатьох позитивних змін як для клієнтів, так і для ринку телекомунікацій саме завдяки активній інноваційній діяльності. ПрАТ «Київстар» був новатором більшості нововведень у телекомунікаційній сфері починаючи з перших років свого існування (табл. 2.13).

Таблиця 2.13.

Інноваційна діяльність ПрАТ «Київстар» 1998 -2017 роки

Роки	Новація
1998	Компанія першою запропонувала абонентам послугу SMS;
2000	- Компанія першою почала надавати доступ до мережі інтернет за технологією WAP; - Цього ж року було запроваджено безкоштовні вхідні дзвінки всередині мережі для всіх абонентів (вперше на ринку). Було запроваджено послуги доступу до Інтернету (зокрема, WAP); - Компанія стала першим оператором GSM-банкінгу («СтарКард»). Абонентам надано послугу міжстандартного роумінгу;
2002	- Компанія започаткувала надання послуг високошвидкісної передачі даних GPRS; - «Київстар» став першим мобільним оператором України, який надає послуги роумінгу в усіх європейських країнах;
2004	Компанія уперше в Україні продемонструвала технологію швидкісної передачі даних EDGE;
2013	- Компанія першою розпочала надання мобільно-фінансових послуг, зокрема послуги «Мобільні гроші», за допомогою якої абоненти можуть здійснювати поповнення банківських карток, розрахунки за товари та послуги різних компаній з мобільних телефонів; - Київстар першим впровадив «пакетні» тарифні плани без плати за хвилини та скасував помегабайтну тарифікацію інтернету;
2016	- Київстар першим в Україні започаткував тарифи, які об'єднують послуги мобільного зв'язку, домашнього інтернету і ТБ в одній пропозиції— «Київстар Все разом»; - національний телеком-оператор Київстар першим запустив інтелектуального сервісного чат-бота Зоряну; - Компанія першою створила рекламу віртуальної та доповненої реальності за допомогою додатку Kyivstar reality серед телеком-операторів України;
2017	- Київстар ініціював рефармінг радіо частот у діапазоні 1800 МГц, щоб забезпечити усім учасникам телеком ринку рівні можливості для розвитку зв'язку стандарту 4G та заявив про готовність обладнання мережі до надання послуг зв'язку стандарту 4G; - Київстар розпочав підключення абонентів до сервісу Mobile ID, який надає можливість електронної ідентифікації особистості для отримання електронних послуг; - Київстар першим серед телеком-операторів України запустив власну онлайн-спільноту для спілкування користувачів; - Для корпоративних бізнес-клієнтів розроблена послуга «Smart conference», яка дозволяє організувати і провести аудіоконференцію відразу на 128 учасників, а також зробити масову розсилку голосових повідомлень.

Джерело: складено автором на основі[38].

Крім того, ПрАТ «Київстар» є соціально відповідальною компанією. Це проявляється і в інноваційній діяльності підприємства. Серед найвідоміших інноваційних проектів у соціальній сфері за останні роки можна виділити наступні:

1. У 2016 році Київстар підтримав Eurasia Mobile Challenge, ініціативу VEON, спрямовану на розвиток ідей молодих підприємців у сфері розробки інноваційних мобільних технологій. Проект допомагає бізнесменам підвищити свої підприємницькі навички.

2. Radar TECh - це технологічний кластер, що є частиною інноваційно-креативного центру ВДНГ. Головна мета Radar TECh – створення екосистеми, що передусім сприятиме реалізації ідей, зростанню та розвитку секторів української економіки;

3. Kyivstar Business Hub- проект має на меті розвиток духу підприємництва та технологічних навичок у молоді. Це простір, де провідні економісти світу читають лекції, в тому числі і в сфері інновацій. Для допомоги приватним підприємцям, у червні 2015 року компанія запустила освітній веб-сайт hub.kyivstar.ua, де зібрано огляди актуальної бізнес-літератури, ключові ідеї бізнес-лідерів. Окрім того, на hub.kyivstar.ua регулярно публікуються новини ринків, експертний аналіз галузевих трендів та огляди ключових подій ділового світу, практичні поради та рекомендації для українських підприємців і тих, хто лише розмірковує про створення власного бізнесу.

4. Big Data School від Київстар – школа підготовки спеціалістів у сфері обробки великих та об'ємних даних, з можливістю подальшого працевлаштування в компанію.

5. Мобільна безпека – ця послуга дозволяє повернути мобільний телефон у разі втрати; отримати страхову виплату, якщо повернення терміналу не відбулося; робить можливим віддалене блокування мобільного пристрою та перегляд геопозиціонування; блокує доступ до особистої інформації [38].

Також, важливим рішенням у 2018 році було підписання договору про співпрацю з ізраїльською компанією Amdocs і Ізраїльської мобільного

асоціацією (ІМА) з метою розвитку інноваційних проєктів в компанії. ізраїльські компанії займаються пошуком інновацій для українського оператора і допомогою з подальшим їх впровадженням в компанії [38]. Такі проєкти для підприємства є дуже вигідними у перспективі. Адже таким чином, ПрАТ «Київстар» відбирає для себе висококваліфікованих працівників, які допомагають компанії рухатися до позитивних змін. Саме завдяки таким інноваційним рішенням ПрАТ «Київстар» і збільшує кількість своїх користувачів, та в подальшому свій дохід. Адже, згідно з останніми даними компаній, абонентська база "Київстару" становить близько 26,5 млн, "Vodafone-Україна"-близько 20,8 млн, lifecell-11,1 млн. [38-40]. (рис 2.4).

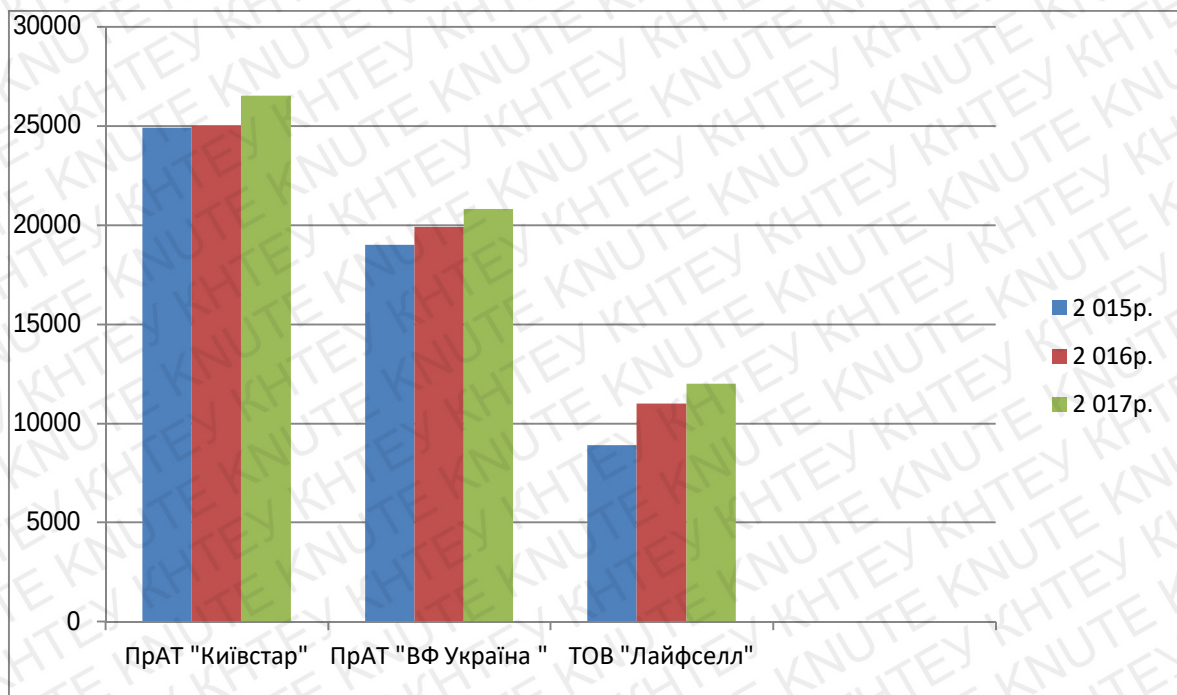


Рис. 2.4. Кількість клієнтів у окремих телекомунікаційних підприємств за 2015-2017 роки ,тис.осіб.

Джерело: складено автором на основі [38-40].

Таким чином, в період 2015-2017рр. клієнтська база ПрАТ „Київстар” переважала в своїй чисельності серед інших українських телекомунікаційних підприємств. Тому ПрАТ «Київстар» має основні свої переваги від взаємодії з клієнтами за рахунок вищої чисельності абонентів, ніж його конкуренти.

Важливим аспектом розгляду взаємодії з клієнтами вважається оцінка витрат на ці цілі, які відображаються як видатки на реалізацію(рис. 2.5).

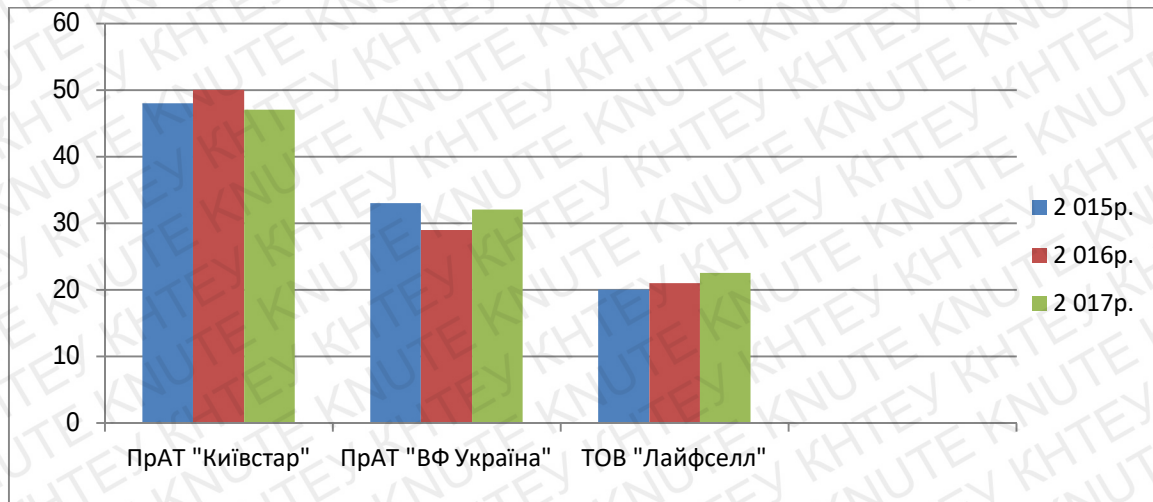


Рис. 2.4 Частка залученого капіталу у окремих телекомунікаційних підприємств за 2015-2017 роки ,%.

Джерело: складено автором на основі [38-40].

Водночас, ПрАТ «Київстар» несе істотно вищі витрати на реалізацію, ніж його конкуренти, тобто реалізація можливостей інноваційного потенціалу потребує вищих витрат. ПрАТ „ ВФ Україна” демонструє позитивну тенденцію щодо успішного використання інноваційного потенціалу, і також нарощує клієнтську базу. А ТОВ „Лайфселл” не використовує у повній мірі свої наявні можливості від взаємодії з клієнтами. Як засвідчують дані, найвища втрата прибутковості зумовлена низькою чисельністю клієнтів, порівняно з іншими операторами зв’язку на ринку України.

Крім того важливим етапом в оцінці інноваційного потенціалу є проведення SWOT –аналізу ПрАТ «Київстар», що дозволить виділити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості, якими можна буде скористатися в майбутньому та загрози, на які треба звертати увагу при подальшій своїй діяльності (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

SWOT-аналіз ПрАТ «Київстар»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Київстар входить до складу VEON, однієї з найбільших у світі інтегрованих телекомунікаційних компаній; 2. Висококваліфікований персонал; 3. Висока якість мобільного зв'язку та постійне вдосконалення послуг; 4. Широке покриття території мережею (велика частка ринку, 1 місце на ринку); 5. Інноваційні ідеї щодо нових послуг та застосування нових інструментів; 6. Високий рівень рентабельності; 7. Велика кількість сервісних центрів з обслуговування споживачів; 8. Впізнання бренду оператора: імідж компанії – ініціатора нововведень; 9. Використання власного, а не орендованого обладнання; 10. Обладнання підтримує новітні стандарти зв'язку 4G та LTE; 11. Корпоративна соціальна відповідальність як найважливіший пріоритет діяльності; 12. Збільшення кількості абонентів. 13. Найбільша частка розподілу частот GSM-900 і GSM-1800.	1. Цінова політика (пропозиції інших мобільними операторів більш вигідних тарифів та послуг); 2. Недостатньо високий рівень використання інноваційних послуг споживачами; 3. Погіршення умов праці на підприємстві (недостатня нематеріальна мотивація, напруженість та складні умови праці) та плинність кадрів; 4. Складна організаційна структура управління.
Можливості	Загрози
1. Розширення ринку мобільного зв'язку; 2. Покращання якості обслуговування споживачів, інтенсивний розвиток інтернеттехнологій, розвиток нових послуг; 3. Участь у благодійних акціях з метою підсилення іміджу компанії; 4. Компанія має можливості для отримання додаткових коштів за рахунок продажу чи надання в оренду власного обладнання та мережі; 5. Підтримка державою розвитку сфери інформаційних технологій; 7. Придбання компанії «Воля».	1. Зниження купівельної спроможності споживачів; 2. Наявність сильних конкурентів, які міцно закріпилися на українському ринку; 3. Пропозиція на ринку більш дешевих послуг; 4. Непривабливі умови для залучення інвестицій, пов'язані із ситуацією в країні.

Джерело : складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар».

Результати SWOT-аналізу ПрАТ «Київстар» показали, що на сьогодні цей оператор є сильним гравцем ринку послуг мобільного зв'язку і має багато можливостей, грамотне використання яких сприятиме утриманню лідерських позицій на ринку послуг мобільного зв'язку. Компанія має

набагато більше сильних сторін, ніж негативних тенденцій. Більшість позицій, які дають ПрАТ «Київстар» вважатися сильним гравцем, пов'язані з інноваційною діяльністю і створенням гарного іміджу –ініціатора нововведень та соціально відповідальної компанії. Компанія постійно бере участь у благодійних акціях, абонентам оператор пропонує найбільш оптимальні умови співробітництва. Слабкі сторони компанії більшою мірою проявляються високою плинністю кадрів, за рахунок низької мотивації та напружених умов праці, але ця тенденція є характерною для більшості компаній зв'язку. Поряд з цим, існують загрози, ігнорування яких може значно ослабити позиції компанії. Для запобігання таким наслідкам слід постійно проводити моніторинг ринку і досліджувати маркетингове середовище. Тим не менше компанія позиціонує себе, як оператор з інноваційною спрямованістю, тому компанії потрібно і далі рухатися в цьому напрямку подальшої трансформації у цифрового провайдера.

Отже, проаналізувавши діяльність компанії в інноваційній сфері, можна зробити висновок, що ПрАТ «Київстар» є лідером серед операторів зв'язку на українському ринку. Адже, починаючи з перших років своєї діяльності компанія була новатором в усіх важливих досягнень у сфері зв'язку (починаючи підключенням послуги sms до впровадження «пакетних» тарифів). Досягненням цієї позиції компанія зобов'язана саме інноваційній спрямованості в своїй діяльності. За рахунок постійних вдосконалень в технологічній та соціальній сферах, ПрАТ «Київстар» нарощує свою абонентську базу та прибуток. Крім того, ПрАТ «Київстар» несе істотно вищі витрати на реалізацію своїх послуг та продуктів, ніж його конкуренти, тобто реалізація можливостей інноваційного потенціалу потребує вищих витрат, але в кінцевому результаті дозволяє отримати і вищі витрати, в тому числі і за рахунок приросту споживачів. У зв'язку з вищенаведеним, можна зробити висновок, що ПрАТ «Київстар» є лідером інноваційних змін серед телекомунікаційних підприємств України. Компанія має імідж ініціатора нововведень, і продовжує розвиватися у цьому напрямку.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Отже, ПрАТ «Київстар» входить до складу нідерландської телеком групи VEON, що представлена в 13 країнах світу. Компанія працює на ринках країн СНД, Європи, Азії, Африки. Компанія надає роумінгові послуги в 195 країнах на п'яти континентах. ПрАТ «Київстар» активно інвестує у розвиток кращих технологій зв'язку в Україні. Компанія є платоспроможною, і здатна платити по своїм зобов'язанням та має стійкий фінансовий стан. Також вона показує позитивну тенденцію до росту прибутку та користувачів послуг, а також покращила свої фінансові та техніко-економічні показники. ПрАТ «Київстар» здатне за рахунок ліквідних активів покрити свої поточні зобов'язання. Значення проміжного коефіцієнта покриття говорить про те, що підприємство здатне за допомогою своїх швидколіквідних активів розрахуватися по поточних зобов'язаннях. А значення коефіцієнта абсолютної ліквідності, означає, що ПрАТ «Київстар», за допомогою готових засобів платежу здатне покрити свої поточні зобов'язання. У структурі капіталу питома вага власного капіталу є більшою. Крім того підприємство здатне розраховуватися по своїм боргам, а частка позичених коштів у фінансуванні підприємства стає меншою. Таким чином, можна зробити висновок, що підприємство є стійким, та зміцнює свою позицію з кожним роком, адже в динаміці показники мають тенденцію до збільшення. Негативною є тенденція зростання показника довгострокового залучення позикових коштів в динаміці, адже це означає, що підприємство дедалі більше залежатиме від зовнішніх інвесторів. Тим не менше, ПрАТ «Київстар» має можливість інвестувати у інноваційні проекти, і надалі збільшувати приріст доходу за рахунок них. Саме тому політика відкритості до інновацій є правильним направленням діяльності компанії. Компанія була та є ініціатором багатьох позитивних змін як для клієнтів, так і для ринку телекомунікацій саме завдяки відкритості до інновацій. Тому ПрАТ «Київстар» завжди першим серед усіх телеком-операторів впроваджує

нововведень, як у сферах новітніх технологій, так і у сферах обслуговування. Найбільший імпортер ПрАТ «Київстар» - Китай. Проаналізувавши імпорتنу ефективність, на основі певної операції, можна зробити висновок, що вона є ефективною, як у валютному, так і в економічному сенсі. Інноваційна діяльність проаналізувалася на основі впровадження інноваційного проекту, який виявився дохідним. А, проаналізувавши діяльність компанії в інноваційній сфері, можна зробити висновок, що ПрАТ «Київстар» є лідером серед операторів зв'язку на українському ринку. Адже, починаючи з перших років своєї діяльності компанія була новатором в усіх важливих досягнень у сфері зв'язку (починаючи підключенням послуги sms до впровадження «пакетних» тарифів). Досягненням цієї позиції компанія зобов'язана саме інноваційній спрямованості в своїй діяльності. За рахунок постійних вдосконалень в технологічній та соціальній сферах, ПрАТ «Київстар» нарощує свою абонентську базу та прибуток. Крім того, ПрАТ «Київстар» несе істотно вищі витрати на реалізацію своїх послуг та продуктів, ніж його конкуренти, тобто реалізація можливостей інноваційного потенціалу потребує вищих витрат, але в кінцевому результаті дозволяє отримати і вищі витрати, в тому числі і за рахунок приросту споживачів. У зв'язку з вищенаведеним, можна зробити висновок, що ПрАТ «Київстар» є лідером інноваційних змін серед телекомунікаційних підприємств України. Компанія має імідж ініціатора нововведень, і продовжує розвиватися у цьому напрямку.

РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ «КИЇВСТАР»

3.1. Тенденції та проблеми інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар»

На сучасному етапі розвитку, конкуренція на ринку послуг зв'язку значно посилилася. Це проявляється в багатьох засобах та умовах конкурентної боротьби, в діях конкурентів та змінах в кон'юктурі ринку. Це вимагає від учасників цього ринку прийняття різноманітних заходів задля покращення та збереження своїх позицій на ринку. Як було визначено раніше, одним із найефективніших способів збереження цієї позиції є активна інноваційна діяльність. Сьогодні на ринку виграють ті, хто забезпечує сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язані з розробленням, упровадженням і використанням новинок, оскільки саме інновації уможлиблюють набуття вагомих конкурентних переваг і лідерство серед великої кількості конкурентів.

Варто зазначити, що на сучасному етапі розвитку ринку, для підприємств - суб'єктів ЗЕД, в тому числі і для ПрАТ «Київстар», існує багато проблем та перепон, що ускладнюють управління інноваційною діяльністю. Їх можна поділити на проблеми зовнішнього середовища та внутрішнього середовища (рис.3.1). Серед проблем внутрішнього середовища найбільший вплив мають наступні: відсутність фінансових джерел для впровадження інновацій, низька активність освоєння інновацій, а також низькі ринкові можливості й альтернативи втілення інновацій. А серед проблем зовнішнього середовища це: високі параметри кредитних ставок, обтяжлива система оподаткування та брак необхідної інфраструктури для трансферу технологій та відповідної інформаційноаналітичної підтримки. Таким чином, формування управління інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств має, в першу чергу, орієнтуватися на постійні коливання зовнішнього і внутрішнього середовища.



Рис.3.1. Проблеми, що гальмують інноваційний розвиток ПрАТ «Київстар»

Джерело: складено автором на основі даних ПрАТ «Київстар»

Проблеми, які можуть значно ускладнити управління інноваційною діяльністю на телекомунікаційних підприємствах в цілому, та на ПрАТ «Київстар» зокрема, а також їх вагові коефіцієнти зображено у табл. 3.1. Як демонструють дані таблиці, найвагомішими проблемами гальмування інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємства більшість

експертів вважають нестачу коштів (16%), необхідність істотних вкладень у інноваційні перетворення (14%) та проблеми зі знаходження зацікавлених учасників щодо партнерства у сфері інноватики (10%). Крім того, існують певні проблеми з тим, що попит на інноваційні продукти є недостатньо високим. Також, варто зазначити, що більшість чинників, які існують на сьогодні, є зовнішніми, і стосуються діяльності держави у цій сфері.

Таблиця 3.1

Проблеми інноваційної активності ПрАТ «Київстар»

Найменування причин		Вагові коефіцієнти
Фінансові	Нестача власних фінансових ресурсів	0,16
	Значні витрати на освоєння інновацій	0,14
	Тривалість окупності нових телекомунікаційних продуктів	0,04
	Брак коштів у замовників	0,05
Інформаційні	Дефіцит інформації щодо нового обладнання чи телекомунікаційних технологій	0,05
	Відсутність даних щодо існуючих тенденцій розвитку телекомунікаційних ринків	0,04
	Проблеми зі знаходження зацікавлених учасників щодо партнерства у сфері інноватики	0,1
Ринкові	Домінування окремих підприємств на ринку окремих телекомунікаційних послуг	0,05
	Низький попит на інноваційні продукти чи телекомунікаційні технології	0,12
	Високі економічні й фінансові ризики при освоєнні нововведень на телекомунікаційному підприємстві	0,1
Інші	Немає необхідності у швидкому впровадженні інновацій	0,06
	Недосконалість нормативного поля в сфері підтримки телекомунікаційних підприємств	0,04
	Нестача або відсутність досвідчених кваліфікованих спеціалістів для освоєння інновацій	0,05
Разом	-	1

Джерело: опрацьовано автором на основі [38,47,48,50].

Серед основних проблем зовнішнього та внутрішнього середовища ПрАТ «Київстар», що ускладнюють управління інноваційною діяльністю є:

- виникнення організаційних та технологічних проблем функціонування

телекомунікаційних мереж на тимчасово окупованих територіях та на території проведення антитерористичної операції. Так ПрАТ «Київстар» втратило контроль над своїми основними засобами, розташованими у Криму, і ці активи були повністю знецінені у сумі 156965 тисяч гривень. Також компанія припинила надавати послуги у деяких регіонах Донецької і Луганської областей, які не контролює уряд України, і визнала знецінення своїх основних засобів, які знаходяться на цих територіях, у сумі 199143 тисячі гривень (3% від основних засобів) [38];

- нерівномірність забезпечення споживачів телекомунікаційними послугами особливо у сільській, гірській місцевостях та депресивних регіонах, у тому числі загальнодоступними телекомунікаційними послугами та послугами широкосмугового доступу до Інтернету. Проблема, в першу чергу, стосується законодавства України, адже всю територію країни можливо покрити мобільним інтернетом 3G тільки на низьких радіочастотах в діапазоні 900 МГц. При цьому запуснути 3G та 4G на частотах 900 МГц з технічної точки зору може тільки ПрАТ «Київстар», але для цього компанії потрібна ліцензія на запуск технології 3G та 4G на частотах 900 МГц. НКРЗІ (Нацкомісія регулювання зв'язку та інформатизації) не має права видати таку ліцензію тільки 1 оператору, адже це буде грубим порушенням принципів справедливої конкуренції. Саме тому частина території України не покрита мобільним інтернетом. Для порівняння, мобільні оператори країн ЄС можуть будувати 3G/4G-мережі на "низьких" радіочастотах, адже це не суперечить їх законодавству[38];

- масові та систематичні пошкодження зловмисниками абонентських ліній, лінійних та станційних споруд, призначених для утворення телекомунікаційних мереж, шляхом крадіжки електричного кабелю зв'язку з мідними жилами, що призвели до тривалого часу відновлення доступу споживачів до послуг фіксованого телефонного зв'язку;

- збільшення випадків несанкціонованого втручання абонентів в роботу телекомунікаційних мереж (абонентський рефайл, шахрайські дії);

- щорічне зростання вартості обладнання та його обслуговування, тарифів на електроживлення, податків і плати за радіочастоти, що впливає на собівартість мобільного зв'язку, і веде до збільшення цін на всі послуги ПрАТ «Київстар». Крім того, у зв'язку з запуском технології зв'язку четвертого покоління, моніторинг українського ринку, показує, що варто очікувати зростання вартості телекомунікаційних послуг;

- висока плинність кадрів, що спричинена напруженими умовами праці та недостатньою мотивацією матеріального та нематеріального характеру;

- зростання рівня незадоволення якістю послуг, що надаються.

Серед тенденцій розвитку в сфері телекомунікацій, що можуть вплинути на інноваційний розвиток ПрАТ «Київстар», можна виділити наступні:

1. Важливий фактор, який вплине на ринок телекомунікацій - зростання трафіку мобільного інтернету;

2. Прогнозується поступове покращення взаємодії бізнесу та держави для телеком-бізнесу (вже було проведено два аукціони на 4G). Планується отримання позитивних рішень щодо збільшення норми випромінювання базових станцій та відміни санітарних паспортів;

3. Продовження роботи над створенням персональних пропозицій для клієнтів. В перспективі є перехід від one-to-one marketing до one-to-moment marketing, що є великим викликом навіть для технологічних компаній. Data-driven маркетинг і надалі продовжить бути трендом. Рішення з бізнес-питань прийматимуться виходячи не стільки з аналітичних звітів, а з даних, що отримані у режимі реального часу. Це дозволить бути більш гнучкими – компанія може швидко відкоригувати розміщення реклами, оцінити ефективність комунікацій з клієнтами, розробити той чи інший новий продукт, виходячи з реальних потреб клієнтів (підхід emotional engagement в комунікаціях);

4. Зростання кількості кіберзагроз та кібератак, адже Україна виявилась в одному з епіцентрів міжнародної гібридної війни. Це значить, що кожна компанія в нашій країні може стати мішенню для різного роду кібератак,

метою яких є отримання конфіденційної інформації та/або порушення працездатності інфраструктури;

5. Усе, що буде відбуватись у сфері ІТ, стартапів, digital-проектів наступні кілька років у тій чи іншій мірі буде тісно пов'язане із AI – штучним інтелектом. Наприклад, повністю міняється роль автоматизації. Якщо раніше була мета – просто зменшити рутинну роботу людини машинними алгоритмами, то зараз задача автоматизації – ще й збір даних у кожній можливій точці про кожну можливу дію. На них пізніше будуються алгоритми машинного навчання.

Крім того, виявлено наступні тенденції інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар»: трансформація в цифрового оператора, продовження розвитку нової цифрової ІТ-інфраструктури; продовження роботи над покращенням якості зв'язку та покриття, побудова нових базових станцій для розширення мережі; планується збільшення території покриття 3G і 4G та збільшення інвестування у модернізацію покриття; розширення мережі центрів обслуговування клієнтів (ЦОА), та їх автоматизація; освоєння нових технологій та продовження активної інноваційної діяльності; впровадження зарубіжних технологій; пошуки шляхів зменшення енергоємності телекомунікаційних послуг; зростання сукупного обсягу витрат на власні наукові розробки і дослідження; посилення конкурентної боротьби щодо впровадження інноваційних змін з боку інших телекомунікаційних підприємств; планується скорочення деяких застарілих тарифних планів та оптимізація умов послуг, що пропонуються у тарифних пакетах.; ще більш активна соціальна політика. Крім того ПрАТ «Київстар» заявляє про готовність спільно з держрегулятором обговорювати можливість розподілу частот діапазону 900 МГц для надання послуг 3G і 4G у разі паралельного впровадження технологічної нейтральності в зазначеному діапазоні та проведення рефармінгу, що може стати переломним моментом у розвитку телекомунікаційних підприємств, і відкриє більш широкі можливості для подальшого розвитку.

Отже, сьогодні на ринку виграють ті, хто забезпечує сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язані з розробленням, упровадженням і використанням новинок, оскільки саме інновації уможливають набуття вагомих конкурентних переваг і лідерство серед великої кількості конкурентів. На сучасному етапі розвитку ринку, для підприємств - суб'єктів ЗЕД, в тому числі і для ПрАТ «Київстар», існує багато проблем та перепон, що ускладнюють управління інноваційною діяльністю. Їх можна поділити на проблеми зовнішнього середовища та внутрішнього середовища. Серед проблем внутрішнього середовища найбільший вплив мають наступні: відсутність фінансових джерел для впровадження інновацій, низька активність освоєння інновацій, а також низькі ринкові можливості й альтернативи втілення інновацій. А серед проблем зовнішнього середовища це: високі параметри кредитних ставок, обтяжлива система оподаткування та брак необхідної інфраструктури для трансферу технологій та відповідної інформаційноаналітичної підтримки. Таким чином, формування управління інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств має, в першу чергу, орієнтуватися на постійні коливання зовнішнього і внутрішнього середовища. Виявлено наступні тенденції інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар»: трансформація в цифрового оператора, продовження розвитку нової цифрової IT-інфраструктури; продовження роботи над покращенням якості зв'язку та покриття, побудова нових базових станцій для розширення мережі; планується збільшення території покриття 3G і 4G та збільшення інвестування у модернізацію покриття; розширення мережі центрів обслуговування клієнтів (ЦОА), та їх автоматизація; освоєння нових технологій та продовження активної інноваційної діяльності; впровадження зарубіжних технологій та інші.

3.2. Обґрунтування та розробка напрямів удосконалення інноваційної діяльності ПрАТ «Київстар»

В процесі управління інноваційним розвитком підприємства – суб'єкта ЗЕД, виникає необхідність безперервного аналізу та удосконалення, адже це складова, яка має динамічний характер. Таким чином, перш за все, на підприємстві - суб'єкті ЗЕД, має бути система заходів управління інноваційним розвитком, що певною мірою зменшить кількість та об'ємність проблем, адже підприємство буде до них готовим. Система заходів управління інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар» має включати:

- постійний моніторинг і аналіз ризиків та ендогенних й екзогенних чинників й передумов здійснення свого інноваційного розвитку, а також інших телекомунікаційних підприємств;
- розробка системи заходів щодо мінімізації зовнішньої уразливості інноваційного розвитку ;
- формування структур, що займаються моніторингом та аналізом стану інноваційного розвитку та можливих загроз;
- розробка превентивних заходів щодо мінімізації наслідків реалізації ризиків та появи перешкод для інноваційного розвитку;
- підготовка персоналу та розробка відповідних заходів щодо розподілу відповідальності і повноважень при настанні непередбачуваних чи кризових ситуацій [14, ст. 7].

В процесі управління інноваційною діяльністю важливим елементом є її стимулювання та створення сприятливих умов. Стимулювання інноваційної діяльності на державному рівні відбувається, передусім, на правовій основі. Крім державного регулювання, процес стимулювання відбувається на рівні підприємства, що є не менш важливим. Таким чином, щоб певним чином підвищувати рівень розвитку інноваційної діяльності на ПрАТ «Київстар», підприємству доцільно активно стимулювати цю діяльність, створюючи комфортні умови праці та бути відкритим до всіх пропозицій. Таким чином, управляючи своєю інноваційною діяльністю, для подальшого

посилення її активності ПрАТ «Київстар» має орієнтуватися на такі принципи:

- схвалення ініціативи та всестороння підтримка новаторства вищим керівництвом;
- швидкість і гласність розгляду заявок, а також заохочення подання, як індивідуальних, так і групових заявок (нагородження, присвоєння почесних титулів і звань; публікація результатів в бюлетенях);
- розширення повноважень кваліфікованого персоналу в прийнятті рішень на робочому місці та гнучкі режими роботи;
- довіра в розпорядженні матеріальними та інформаційними ресурсами;
- створення комфортних умов для дослідницької роботи : наприклад можливість для інженерних кадрів використовувати до 10-15% робочого часу на пошукові роботи, не включені до плану НДР (науково-дослідні роботи);
- формування «ризикових фондів», на кошти яких можна створити спеціальні підрозділи з розробки особливо важливих винаходів;
- створення умов та можливостей для обміну досвідом [26, ст. 126].

В попередньому розділі було виділено основні проблеми функціонування та розвитку інноваційної діяльності на ПрАТ «Київстар». Таким чином, було б доцільно запропонувати напрямки удосконалення цієї діяльності, які б допомогли згладити ефект від негативного впливу цих проблем. Проведення заходів по структурній перебудові виробництва на ПрАТ «Київстар» застосовується до ринкових умов, а також створення і підготовка нових інноваційних проектів високоефективних видів технологічного обладнання, інструменту та інших деталей являється державною задачею, яка вирішується в інноваційній політиці держави. Тим не менше, існує ряд проблем, на які підприємство може і має впливати (табл. 3.1).

Таблиця 3.2

Проблеми ПрАТ «Київстар» та можливі шляхи їх вирішення

Проблема	Шляхи вирішення
1. Погіршення якості зв'язку та покриття	-продовження процесу модернізації покриття, збільшення розміру інвестицій у розвиток покриття -розширення мережі базових станцій; -активна співпраця у обговоренні можливості переходу на «низькі» частоти, шляхом їх перерозподілу .
2. Плинність кадрів	- формування позитивного морально-психологічного клімату в колективі, який забезпечить найповніше використання потенціалу працівників; - покращення матеріальної мотивації (бонуси за перевиконання планів, подарункові сертифікати тощо); - турбота керівництва про підвищення рівня кваліфікації своїх співробітників(тренінги, ефективне навчання для розвитку здібностей); -тестовий формат дистанційної роботи на протязі деяких днів тижня.
3. Збільшення цін на послуги та обуреність споживачів	компенсування цінової політики, шляхом: більш активної соціальної політики, для підтримання іміджу соціально відповідальної компанії, покращення рівня обслуговування та самообслуговування споживачів(збільшення центрів обслуговування клієнтів), збільшість акційних пропозицій та нових додатків, продумана маркетингова політика.

Джерело: складено автором на основі даних діяльності ПрАТ «Київстар».

Крім того, як було обгрунтовано в попередніх розділах, ПрАТ «Київстар» є лідером в інноваційній діяльності серед інших телекомоператорів. Саме тому, актуальним питанням є підтримання цієї позиції лідера, яке є можливим лише шляхом подільшого інноваційного розвитку в усіх сферах функціонування ПрАТ «Київстар», а саме:

1.Стратегії трансформації: від компанії, що надає традиційні телеком-послуги, в провайдера цифрових послуг. Київстар планує стати найбільшим постачальником цифрових послуг в Україні, надаючи своїм клієнтам нові та інноваційні сервіси. Трансформація передбачає модернізацію технологічної інфраструктури, раціоналізацію процесів і зниження кількості рівнів управління для створення гнучкої організації, що легко адаптується.

2.Продовження роботи над створенням персональних пропозицій для клієнтів. А саме перехід від one-to-one marketing до one-to-moment marketing,

що є великим викликом навіть для технологічних компаній. Компанія зможе швидко відкоригувати розміщення реклами, оцінити ефективність комунікацій з клієнтами, розробити той чи інший новий продукт, виходячи з реальних потреб клієнтів (підхід *emotional engagement* в комунікаціях). А також продовження роботи над додатком «Kyivstar reality», тобто реклама за допомогою технології доповненої реальності в напрямку більшого поглиблення споживачів в неї. Також слід приділити увагу впровадженню Інтернет реклами, телевізійної та радіо реклами, реклами розрахованої на корпоративний сегмент ринку;

3. В процесі пошуку нових інноваційних рішень ПрАТ «Київстар», в першу чергу, має приділяти увагу сфері обслуговування споживачів та підвищенню якості надання послуг. Це означає максимальне спрощення та автоматизація процесу їх надання.

4. Спілкування з клієнтами має займати важливе місце в процесі діяльності ПрАТ «Київстар». Компанії недостатньо знаходитися в інтернеті, варто вміти компетентно і правильно спілкуватися зі своїми клієнтами. Тому компанії варто шукати шляхи удосконалення як вже наявних каналів спілкування (чат-бот, онлайн-спільнота), так і проектування нових, більш простих та автоматизованих, щоб можна було почути всі думки споживачів не витрачаючи на це велику кількість часу, шляхом автоматичного узагальнення думок та пропозицій;

5. Серед абонентів ПрАТ «Київстар» важливим сегментом є бізнес-клієнти. Цей напрям із роботою з корпоративними клієнтами здійснюється під бендом «Київстар Бізнес». В цей сегмент варто запроваджувати інноваційні моделі користування послугами мобільного зв'язку (сервіс «Гуртові пакети», особливі тарифні плани тощо). Варто розвивати комплексні послуги, які будуть включати в себе телефонію від «Київстар» і систему CRM;

6. Подальший розвиток мультисервісного підходу, що забезпечує одночасно мобільний зв'язок, мобільний Інтернет, моніторинг рухомих

об'єктів, швидкісний Інтернет, офісну телефонію, послуги дата-центру й контакт-центру, корпоративну мережу передачі даних, M2M та ін.;

7. Ще один напрямок – робота з великими даними і їх монетизація. Наприклад - відстеження трафіку: де розміщувати зовнішню рекламу, щоб повз неї проходило найбільше людей або де краще поставити торгову точку. Так, як оператор володіє даними про місце розташування всіх своїх абонентів, це рішення можна вирішити найбільш ефективно. ПрАТ «Київстар» вже запуснені партнерства в напрямку Big Data, і їх, без сумніву, варто розвивати, адже цей напрям є дуже перспективним, особливо в процесі інноваційного розвитку. Адже, Big Data- це, певним чином, інструмент, що дозволяє знайти персональний підхід до споживача з використанням глибинних залежностей між даними. Тобто на підставі того, що компанія вже знає про клієнта, вона намагається обслужити його максимально коректно, передбачивши його запити;

8. Так, як успішний розвиток інноваційної діяльності потребує великих фінансових ресурсів, ПрАТ «Київстар» доцільно шукати додаткові джерела фінансування для втілення своїх інноваційних задумів. Одним із таких джерел є те, що компанія сама інвестує у деякі українські стартапи, які у майбутньому зможуть принести дохід. Тому до вибору своїх інвестиційних проектів потрібно відноситися з особливою увагою, та шукати компанії, попит на продукцію якої показує тенденцію до зростання у майбутньому. За даними Grand View Research до 2025 року об'єм ринку технологій інтернет речей (IoT) перевищить \$94 млрд [41]. Значна доля цих коштів припадатиме на розумні магазини та розумні гаджети. Таким чином, проаналізувавши стан сучасно ринку, а також стартапи, які на ньому присутні, було визначено, що найбільш прибутковим сегментом на сучасному етапі для інвестиційної діяльності є технології розумних гаджетів. Таким чином, ПрАТ «Київстар» варто звернути увагу на компанію SENSTONE – компанія нових розумних гаджетів(розумні годинники, фітнес-трекери, датчики тіла). Це стартап, який займається саме випуском розумних гаджетів [41].

Крім того, варто зауважити, що при виборі своєї стратегії подальшого розвитку у сфері інновацій, ПрАТ «Київстар» спирається на стратегію «VEON», яка в даний час, з метою посилення власної позиції в інноваційному просторі, зосереджена на побудові digital-компанії (рис.3.1).



Рис.3.2. Складові digital-компанії

Джерело: складено автором на основі [37].

Таким чином, можемо виділити наступні пункти, до яких має зводитися діяльність «Київстар» в побудові своєї стратегії в сфері інновацій, а саме:

1. Гранична централізація. Digital-компанії виграють за рахунок граничної централізації людей, технологій і знань в одному місці. Існує важлива критична маса людей, які працюють в одному місці над ключовими напрямками і проектами. Це дозволяє мінімізувати число ітерацій і взаємодій.

2. Гранична автоматизація. Мінімум ручної праці, яка призводить до помилок і займає багато часу. Все, що можна автоматизувати, - автоматизують і переводять в digital-формат. Таким чином, ПрАТ «Київстар» планує оновлення безлічі бізнес-процесів – більшість сервісних операцій перейдуть в онлайн, дозволяючи клієнтам користуватися послугами легко та просто.

3. Максимальна концентрація. Digital-компанії фокусуються на дуже обмеженому наборі продуктів для клієнта, але намагаються їх виконувати дуже якісно.

4. Гранична простота. Все повинно бути просто: як у взаєминах з

замовниками/партнерами, так і всередині компанії. Такого результату досягти дуже складно, але, в разі успіху, в разі зменшується непорозуміння на кожному рівні [37]. Першими масштабними проектами в рамках стратегії трансформації Київстар стане заміна технологій радіомережі та впровадження Digital Stack — нової цифрової IT-інфраструктури, що дозволить оновити безліч бізнес-процесів – більшість сервісних операцій перейдуть в онлайн, дозволяючи клієнтам користуватися послугами легко та просто; прискорити розробки продуктів і послуг Київстар; глибше персоніфікувати послуги для клієнтів завдяки аналітиці в режимі реального часу та поліпшити якість обслуговування клієнтів на всіх рівнях шляхом спрощення інтерфейсу користувача[37].

Отже, в процесі управління інноваційним розвитком підприємства – суб'єкта ЗЕД, виникає необхідність безперервного аналізу та удосконалення, адже це складова, яка має динамічний характер. Система заходів управління інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар» має включати: постійний моніторинг і аналіз ризиків та ендогенних й екзогенних чинників й передумов здійснення свого інноваційного розвитку, а також інших телекомунікаційних підприємств; розробку системи заходів щодо мінімізації зовнішньої уразливості інноваційного розвитку ; розробку превентивних заходів щодо мінімізації наслідків реалізації ризиків та появи перешкод для інноваційного розвитку, а також підготовку персоналу та розробка відповідних заходів щодо розподілу відповідальності і повноважень при настанні непередбачуваних чи кризових ситуацій. Також для ПрАТ «Київстар» актуальним питанням є підтримання позиції лідера, яке є можливим лише шляхом подільшого інноваційного розвитку в усіх сферах функціонування ПрАТ «Київстар», а саме: стратегії трансформації від компанії, що надає традиційні телеком-послуги, в провайдера цифрових послуг; продовження роботи над створенням персональних пропозицій для клієнтів; підвищення уваги у сфері обслуговування споживачів та підвищенню якості надання послуг тощо.

3.3. Прогнозування показників діяльності ПрАТ «Київстар» при впровадженні нових інноваційних проектів

В попередньому розділі було обгрунтовано, що для утримання позиції інноваційного лідера серед телекомунікаційних підприємств, ПрАТ «Київстар» має розвиватися у digital-напрямку, приймати сміливі рішення, та першими впроваджувати новітні технології., що зможуть зміцнити позицію інноваційного лідера та оператора, який, в першу чергу, турбується про комфорт своїх клієнтів. Запропоновано наступні пропозиції, у вигляді новацій, які певною мірою вже були протестовані у світовій практиці, :

1. Прискорення процесу обслуговування за допомогою дронів. У випадку якщо покупець не має наміру чекати і хоче отримати доставку через годину. Тому щоб залучити нових клієнтів і утримати існуючих, пропонуємо амбітний проект доставки за допомогою дронів протягом півгодини після оформлення замовлення.

2. Система iBeacon - система, що вже пройшла тестування у відомих магазинах світ. Маленькі датчики, що виконують функцію «маячка» на полицях магазину, допомагають відвідувачам в навігації по торговому залу. Крім економії часу на пошук товару, система може розсилати персоналізовані промо-акції. Так, систему можна використовувати для просування нового товару, а саме перебуваючи в зоні дії маячків, покупець може отримати в додатку на смартфоні ексклюзивний купон на знижку товару.

3. Автоматизація в торгових залах. Наприклад за допомогою інтеграція мобільних додатків в процес покупки. Тобто, за допомогою мобільного додатку, клієнт, відсканувавши певний QR-код, може отримати всю необхідну інформацію про товар, тим самим, виключивш необхідність наявності консультантів в магазинах.

4. Максимальне спрощення процесу покупки. За допомогою додатку в смартфоні, клієнт поповнює рахунок, легко відстежує баланс і може розрахуватися за обраний на заході товар в один клік. При цьому не потрібні

ні фішки, ні NFC-браслети, ні пластикові карти. У власному смартфоні покупець завантажує додаток, ідентифікується за номером телефону, і вся інформація потрапляє в CRM-систему продавця.

5. Унікальний підхід до клієнта. Звичні акції і знижки – завжди актуальний спосіб завоювати лояльність покупців. Але індивідуальний підхід до покупців набагато надійніший. З інформацією про те, які товари і послуги найбільш цікаві покупцям, ритейлер отримує можливість не тільки грамотно управляти асортиментом, а й сформулювати індивідуальну пропозицію для кожного клієнта.

Таким чином, всі міжнародні інновації пов'язані з автоматизацією та спрощенням процесів обслуговування, а також вивченню клієнтів, задля створенню персональних пропозицій. Тому, одним з найбільш вигідних проектів є створення, у тестовому режимі, «розумного магазину», який буде максимально автоматизованим, та виключати присутність консультантів та продавців. Повністю автоматизувати магазин, на сьогодні, буде майже неможливо. Але можна робити кроки до поступового удосконалення обслуговування за допомогою сучасних новацій. Так, першим етапом може бути створення додатку до мобільного телефону, в якому клієнти зможуть знайти всю потрібну інформацію про товар, який їх цікавить, просканувавши його штрих-код, а також, в ньому ж, оплатити товар. В майбутньому планується створення великих центрів самообслуговування у всіх областях країни. Це буде майже повністю автоматизована структура великої площі. Крім того, важливим етапом автоматизації магазину буде удосконалення чат-бота Зоряни, а саме створення її віртуальної копії, яка буде вітати клієнтів, а також підказувати в якому напрямку знаходиться потрібний їм товар. Всю інформацію про товар можна буде дізнатися за допомогою додатку, або Зоряни, адже вона буде знаходитися біля всіх категорій товарів, підказуючи споживачам про всі переваги та акції, а також, відповідати на запитання. Крім того, клієнти зможуть залишати пропозиції, щодо того, як її можна удосконалити, та яку інформацію вони б хотіли, щоб вона знала.

Таким чином, будуть виправлятися всі недоліки її роботи. Також важливим буде, використання Big data для подальшого удосконалення рівня обслуговування, а також вивчення потреб клієнтів для найбільш актуальних рекламних пропозицій для кожного клієнта, які будуть включати і підбір всіх актуальних тарифів. За допомогою додатку, а також сенсорів під товаром, будуть вивчатися всі товари, які цікавили певного, окремого клієнта, тим самим формуючи актуальні рекламні пропозиції. Сам процес впровадження інновації буде проходити в декілька етапів. Для початку ПрАТ «Київстар» максимально автоматизує декілька тестових магазинів за допомогою нового додатку. В разі успішності цього введення, планується продаж певних неприбуткових магазинів та центрів обслуговування клієнтів, та покупка чи оренда більшого приміщення для створення великого, автоматизованого центра обслуговування. Крім того, планується збільшення асортименту товарів, що продаються. Адже за даними Grand View Research до 2020 року об'єм ринку розумних технологій буде, і надалі, зростати (рис.3.3). Тому збільшення їх кількості та асортименту буде дуже актуальним.



Рис.3.3. Динаміка та прогнозування кількості користування розумними гаджетами за 2014-2020 роки.

Джерело: складено автором на основі [41].

Таким чином, було б доцільно прорахувати ефективність впровадження даної інновації. Беручи до уваги, що процес займатиме декілька етапів, прогнозування строку впровадження становить 5 років. Загальна сума витрат (інвестицій) становить 17 млн. грн.

Реалізація інновації призведе до :

- збільшення додаткового доходу за рахунок приросту клієнтів на 1200000 грн. в перший рік, з подальшим ростом на 35%. щорічно.
- збільшення додаткового доходу за рахунок збільшення кількості та асортименту товару, що продається на 950000 грн. в перший рік, з подальшим ростом на 30%. щорічно.
- збільшення додаткового доходу за рахунок реклами на 860000грн.. в перший рік, з подальшим ростом на 20% щорічно.
- зменшення кількості працівників на 18 , з середньою заробітною платою 5000 грн.
- обслуговування програмного забезпечення на 550 тис. грн щорічно.
- додаткові витрати на рекламну компанію нового продукту – 400000 грн.

5.Середньозважена вартість капіталу за рахунок якого планується фінансувати проект оцінюється в 17%.

Для того, щоб визначити індекс доходності проекту, спочатку знайдемо теперішню вартість грошових потоків за кожен рік:

$$1. PV1 = 3514472 / (1 + 0,17) = 3003822,22$$

$$PV2 = 4561612 / (1 + 0,17) = 3332319,38$$

$$PV3 = 5499610 / (1 + 0,17) = 3433794,56$$

$$PV4 = 6725329,6 / (1 + 0,17) = 3588972,47$$

$$PV5 = 8329838,77 / (1 + 0,17) = 3799332,36$$

$$2. \sum PV = 17158241$$

$$3. NPV = \sum PV - \sum I = 158240,98$$

Таблиця 3.3

**Оцінка додаткового чистого грошового потоку інвестиційного проекту
ПрАТ «Київстар»**

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
1.Додатковий дохід від росту виручки від реалізації (без ПДВ) за рахунок приросту клієнтів, грн.	1200000	1620000	2187000	2952450	3985807,5
2. Додатковий дохід від росту виручки від реалізації за рахунок збільшення асортименту і кількості товару (без ПДВ),грн.	950000	1235000	1605500	2087150	2713295
3. Додатковий дохід від росту виручки від реалізації(без ПДВ) за рахунок рекламних акцій, грн.	860000	1032000	1238400	1486080	1783296
4.Економія від зменшення кількості працівників,грн.	399600	399600	399600	399600	399600
5.Економія за рахунок соціальних виплат,грн.	1080000	1080000	1080000	1080000	1080000
<i>Загальний обсяг додаткового доходу, грн</i>	4489600	5366600	6510500	8005280	9961998,5
1.Додаткові витрати на поточне обслуговування ПЗ та устаткування, грн	550000	550000	550000	550000	550000
2.Додаткові витрати на рекламну компанію.	400000	-	-	-	-
3.Додаткові витрати на амортизацію	3400000	3400000	3400000	3400000	3400000
<i>Загальний обсяг додаткових витрат, грн</i>	4350000	3950000	3950000	3950000	3950000
Додатковий валовий прибуток, грн.	139600	1416600	2560500	4055280	6011998,5
Додатковий податок на прибуток, грн.	25128	254988	460890	729950,4	1082159,73
Додатковий чистий прибуток, грн.	114472	1161612	2099610	3325329,6	4929838,77
Додатковий чистий грошовий потік, грн	3514472	4561612	5499610	6725329,6	8329838,77

Джерело: складено автором на основі прогнозування показників.

$$4. \text{ПО} = \frac{\Sigma}{\Sigma} = 4$$

$$5. \text{Ід} = \frac{\Sigma}{\Sigma} = 1,01$$

Таким чином, можна зробити висновок, що проект вважається дохідним та вигідним, адже $Id > 1$, отже проект є прибутковим, і вартим до реалізації. NPV має позитивне значення, отже додатково проект наростив 158240,98 грн. прибутку (див. рис.3.4). Період окупності склав менше 5 років, тому він встигає окупитися. Тому проект є вигідним для ПрАТ «Київстар».



Рис.3.4. Динаміка прросту грошових потоків від впровадження інноваційного проекту, тис.грн.

Джерело: складено автором на основі прогнозування показників

Крім того, від впровадження проекту, прогнозується приріст абонентської бази клієнтів (рис.3.4).



Рис.3.5. Прогнозування приросту кількості клієнтів ПрАТ "Київстар" у 2017-2022 роки

Джерело: складено автором на основі прогнозування показників.

Приріст абонентської бази прогнозується по причині того, що магазин будуть відвідувати не тільки клієнти ПрАТ «Київстар», а і інші споживачі. А так, як у магазині можна буде дізнатися про усі вигідні пропозиції та тарифи, очікується, що кількість користувачів послугами компанії буде зростати. Крім того, цей проект зміцнить позиції лідера ПрАТ «Київстар», а також новатора інновацій. Було обґрунтовано, що для утримання позиції інноваційного лідера серед телекомунікаційних підприємств, ПрАТ «Київстар» має розвиватися у digital-напрямку, приймати сміливі рішення, та першими впроваджувати новітні технології, що зможуть зміцнити позицію інноваційного лідера та оператора, який, в першу чергу, турбується про комфорт своїх клієнтів. Запропоновано наступні пропозиції, у вигляді новацій, які певною мірою вже були протестовані у світовій практиці: прискорення процесу обслуговування за допомогою дронів; використання системи iBeacon у сфері продажів; автоматизація в торгових залах; максимальне спрощення процесу покупки за допомогою додатку в смартфоні, а також унікальний підхід до клієнта за допомогою Big data та ін. Був запропонований інноваційний проект у вигляді автоматизованого магазину. Було обґрунтовано, що проект є дохідним та вигідним, адже $Id > 1$, отже проект є прибутковим, і вартим до реалізації. NPV має позитивне значення, і також проект встигає окупитися. Тому інноваційний проект у вигляді «розумного» магазину є вигідним для ПрАТ «Київстар». Крім того, від впровадження проекту, прогнозується приріст абонентської бази клієнтів, адже магазин будуть відвідувати не тільки клієнти ПрАТ «Київстар», а і інші споживачі. А так, як у магазині можна буде дізнатися про усі вигідні пропозиції та тарифи, очікується, що кількість користувачів послугами компанії буде зростати. Отже, впровадивши цей проект, ПрАТ «Київстар» зміцнить позиції лідера, а також новатора інновацій.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Отже, сьогодні на ринку виграють ті, хто забезпечує сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язані з розробленням, упровадженням і використанням новинок, оскільки саме інновації уможливають набуття вагомих конкурентних переваг і лідерство серед великої кількості конкурентів. На сучасному етапі розвитку ринку, для підприємств - суб'єктів ЗЕД, в тому числі і для ПрАТ «Київстар», існує багато проблем та перепон, що ускладнюють управління інноваційною діяльністю. Їх можна поділити на проблеми зовнішнього середовища та внутрішнього середовища. Серед проблем внутрішнього середовища найбільший вплив мають наступні: відсутність фінансових джерел для впровадження інновацій, низька активність освоєння інновацій, а також низькі ринкові можливості й альтернативи втілення інновацій. А серед проблем зовнішнього середовища це: високі параметри кредитних ставок, обтяжлива система оподаткування та брак необхідної інфраструктури для трансферу технологій та відповідної інформаційноаналітичної підтримки. Таким чином, формування управління інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств має, в першу чергу, орієнтуватися на постійні коливання зовнішнього і внутрішнього середовища. Виявлено наступні тенденції інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар»: трансформація в цифрового оператора, продовження розвитку нової цифрової IT-інфраструктури; продовження роботи над покращенням якості зв'язку та покриття, побудова нових базових станцій для розширення мережі; планується збільшення території покриття 3G і 4G та збільшення інвестування у модернізацію покриття; розширення мережі центрів обслуговування клієнтів (ЦОА), та їх автоматизація; освоєння нових технологій та продовження активної інноваційної діяльності; впровадження зарубіжних технологій; пошуки шляхів зменшення енергоємності телекомунікаційних послуг; зростання сукупного обсягу витрат на власні наукові розробки і дослідження та інші. Отже, в процесі управління

інноваційним розвитком підприємства – суб'єкта ЗЕД, виникає необхідність безперервного аналізу та удосконалення, адже це складова, яка має динамічний характер. Система заходів управління інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар» має включати: постійний моніторинг і аналіз ризиків та ендогенних й екзогенних чинників й передумов здійснення свого інноваційного розвитку, а також інших телекомунікаційних підприємств; розробку системи заходів щодо мінімізації зовнішньої уразливості інноваційного розвитку; розробку превентивних заходів щодо мінімізації наслідків реалізації ризиків та появи перешкод для інноваційного розвитку, а також підготовку персоналу та розробка відповідних заходів щодо розподілу відповідальності і повноважень при настанні непередбачуваних чи кризових ситуацій. Також для ПрАТ «Київстар» актуальним питанням є підтримання позиції лідера, яке є можливим лише шляхом подільшого інноваційного розвитку в усіх сферах функціонування ПрАТ «Київстар», а саме: стратегії трансформації від компанії, що надає традиційні телеком-послуги, в провайдера цифрових послуг; продовження роботи над створенням персональних пропозицій для клієнтів- перехід від one-to-one marketing до one-to-moment marketing, а також продовження роботи над додатком «Kyivstar reality», тобто реклама за допомогою технології доповненої реальності в напрямку більшого поглиблення споживачів в неї; підвищення уваги у сфері обслуговування споживачів та підвищенню якості надання послуг тощо. Таким чином, було обґрунтовано, що для утримання позиції інноваційного лідера серед телекомунікаційних підприємств, ПрАТ «Київстар» має розвиватися у digital-напрямку, приймати сміливі рішення, та першими впроваджувати новітні технології, що зможуть зміцнити позицію інноваційного лідера та оператора, який, в першу чергу, турбується про комфорт своїх клієнтів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, провівши ґрунтовний аналіз теоретико–методичних основ інноваційної діяльності, а також її розвиток на ПрАТ «Київстар», було визначено наступні пункти:

1. Підприємства- суб'єкти ЗЕД досягають своїх конкурентних переваг більшою мірою за допомогою іновацій. Узагальнюючи різні думки та праці, можна виділити 4 основні підходи до дефініції поняття «інновації»: ідейний, процесний, результативний та трансформаційний. Усі ці підходи пов'язують інновації з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології чи процесу. Тісно пов'язаним з інноваціями поняттям, є інноваційна діяльність, під якою слід розуміти комплекс заходів, спрямований на процес перетворення наукових знань і навичок в новий або удосконалений продукт, технологічний процес, метод організації виробництва, праці, чи системи управління, з метою подальшого освоєння і впровадження в систему суспільного виробництва. Найчастіше об'єкти інноваційної діяльності виступають у формі інноваційного проекту, який має відповідати певним вимогам. Рівень інноваційного розвитку в країні можна оцінювати за допомогою рівня витрат на наукові дослідження і розробки. Хоч в останні роки цей рівень показує тенденцію до збільшення, тим не менше масштаби та рівень наукових розробок та інновацій в країні залишаються недостатніми.

2. Результативність інноваційного розвитку підприємства прямо залежить від використання дієвого організаційно-економічного механізму управління розбудовою інноваційних процесів на підприємстві. Механізм управління інноваційною діяльністю підприємств – суб'єкти ЗЕД є, по суті, комплексною системою інструментів забезпечення інноваційного розвитку (правових, економічних, адміністративних, організаційних тощо), пов'язаних єдиними цілями, принципами і забезпечених відповідними ресурсами. Основними чинниками, які перешкоджають формуванню та впровадженню інноваційної стратегії в системі управління ЗЕД на підприємствах є: відсутність в

достатньому обсязі фінансових можливостей для формування управлінського потенціалу; недостатня кваліфікація управлінського персоналу; відсутність інформації про ефективні нововведення у сфері управління ЗЕД та можливості одержати кваліфіковану допомогу і консультації; нестабільна політична ситуація, законодавчі обмеження, тощо. Для оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств – суб'єктів ЗЕД застосовуються різні методологічні підходи та системи показників. Їх розділяють в залежності від ефективності вкладання інвестицій в інноваційні проекти та ефекту, одержуваного в результаті освоєння інновацій. При розрахунку економічної ефективності слід обов'язково враховувати змінувартості грошей у часі, оскільки від вкладення інвестицій до отримання прибутку минає чимало часу. Це можна зробити за допомогою дисконтування. Крім того впровадження нововведень може дати чотири види ефекту: економічний, науково-технічний, соціальний, екологічних.

3. ПрАТ «Київстар» входить до складу нідерландської телеком групи VEON, що представлена в 13 країнах світу. Компанія працює на ринках країн СНД, Європи, Азії, Африки. Компанія надає роумінгові послуги в 195 країнах на п'яти континентах. ПрАТ «Київстар» активно інвестує у розвиток кращих технологій зв'язку в Україні. Компанія є платоспроможною, і здатна платити по своїм зобов'язанням та має стійкий фінансовий стан. Також вона показує позитивну тенденцію до росту прибутку та користувачів послуг, а також покращила свої фінансові та техніко-економічні показники. Компанія була та є ініціатором багатьох позитивних змін як для клієнтів, так і для ринку телекомунікацій саме завдяки відкритості до інновацій. Найбільший імпортер ПрАТ «Київстар» Китай. Проаналізувавши імпортну ефективність, на основі певної операції, можна зробити висновок, що вона є ефективною, як у валютному, так і в економічному сенсі.

4. ПрАТ «Київстар» завжди першим серед усіх телеком-операторів впроваджує нововведення, як у сферах новітніх технологій, так і у сферах

обслуговування. Проаналізувавши діяльність компанії в інноваційній сфері, можна зробити висновок, що ПрАТ «Київстар» є лідером серед операторів зв'язку на українському ринку. Адже, починаючи з перших років своєї діяльності компанія була новатором в усіх важливих досягнень у сфері зв'язку. Крім того, ПрАТ «Київстар» несе істотно вищі витрати на реалізацію своїх послуг та продуктів, ніж його конкуренти, тобто реалізація можливостей інноваційного потенціалу потребує вищих витрат, але в кінцевому результаті дозволяє отримати і вищі витрати, в тому числі і за рахунок приросту споживачів.

5. На сучасному етапі розвитку ринку, для підприємств - суб'єктів ЗЕД, в тому числі і для ПрАТ «Київстар», існує багато проблем та перепон, що ускладнюють управління інноваційною діяльністю. Їх можна поділити на проблеми зовнішнього середовища та внутрішнього середовища. Серед проблем внутрішнього середовища найбільший вплив мають наступні: відсутність фінансових джерел для впровадження інновацій, низька активність освоєння інновацій, а також низькі ринкові можливостей й альтернативи втілення інновацій. А серед проблем зовнішнього середовища це: високі параметри кредитних ставок, обтяжлива система оподаткування та брак необхідної інфраструктури для трансферу технологій та відповідної інформаційно-аналітичної підтримки.

6. В процесі управління інноваційним розвитком підприємства – суб'єкта ЗЕД, виникає необхідність безперервного аналізу та удосконалення, адже це складова, яка має динамічний характер. Система заходів управління інноваційного розвитку ПрАТ «Київстар» має включати: постійний аналіз і моніторинг ризиків та ендогенних й екзогенних чинників й передумов здійснення свого інноваційного розвитку, розробку превентивних заходів щодо мінімізації наслідків реалізації ризиків та появи перешкод для інноваційного розвитку тощо. Також для ПрАТ «Київстар» актуальним питанням є підтримання позиції лідера, яке є можливим лише шляхом подальшого інноваційного розвитку в усіх сферах функціонування ПрАТ

«Київстар». Для утримання позиції інноваційного лідера серед телекомунікаційних підприємств, ПрАТ «Київстар» має розвиватися у digital-напрямку, приймати сміливі рішення, та першими впроваджувати новітні технології, що зможуть зміцнити позицію інноваційного лідера та оператора, який, в першу чергу, турбується про комфорт своїх клієнтів. Запропоновано наступні пропозиції, у вигляді новацій, які певною мірою вже були протестовані у світовій практиці: прискорення процесу обслуговування за допомогою дронів; використання системи iBeacon у сфері продажів; автоматизація в торгових залах; максимальне спрощення процесу покупки за допомогою додатку в смартфоні, а також унікальний підхід до клієнта за допомогою Big data та ін. Був запропонований інноваційний проект у вигляді автоматизованого магазину. Було обґрунтовано, що проект є дохідним та вигідним. Крім того, від впровадження проекту, прогнозується приріст абонентської бази клієнтів, адже магазин будуть відвідувати не тільки клієнти ПрАТ «Київстар», а і інші споживачі. А так, як у магазині можна буде дізнатися про усі вигідні пропозиції та тарифи, очікується, що кількість користувачів послугами компанії буде зростати. Отже, впровадивши цей проект, ПрАТ «Київстар» зміцнить позиції лідера, а також новатора інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Andrusiv U. Ya., Mazur I. M., Kinash I. P. Systematic approach to the formation of management mechanism of construction enterprises innovation activity [Online] // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. 2016. № 4. Available: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2016_4/epm2016_4_2.pdf.
2. Holstein-Beck M. Problemy kierowania postepem. Warszawa, 1987. 235 p.
3. Kanter R.M. Innovation: The Classic Traps // Harvard Business Review. 2006. №11. P. 43-52.
4. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>
5. Адаменко М. В. Аналіз сучасного стану фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні. // Інноваційна економіка. – 2012. – №7. – с. 262-267.
6. Байрамов С., Гудзь О.Є. Сутність та оцінка інноваційного потенціалу телекомунікаційних підприємств. // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2016. № 3 (16). С. 8–12.
7. Безугла К. О. Інформаційно-комунікаційні технології як фактор інноваційного розвитку економіки Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем Збірник наукових праць Київ – 2013, випуск 18. – С. 42-55
8. Богатирьов А.М., Грязних Є.В. Організація інноваційного розвитку оператора мобільного зв'язку / А.М.Богатирьов, Є.В.Грязних // Вісник Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.-2008. - № 13.- с.395-398.
9. Бубенко П. Т. Конспект лекцій з курсу «Інноваційний розвиток підприємства» (для студентів денної та заочної форм навчання освітнього рівня магістр спеціальностей 051 – Економіка. Економіка підприємства і 071 – Облік і оподаткування. Облік і аудит) / П. Т.

- Бубенко, М. С. Владимірова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 138 с.
- 10.В. Новицький. Технологічні новації, що змінюють Україну / «Дзеркало тижня. Україна», 2015. — № 49. — URL:
<http://gazeta.dt.ua/technologies/innovaciyi-scho-zminuyut-ukrayinu-.html>.
- 11.Вівчевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник / А.М. Вівчевич, О.В. Максимець. – Львів : Афіша, 2014. – 140 с.
- 12.Гончаренко О. В. Інституціональні аспекти реалізації інноваційних пріоритетів розвитку агропромислового виробництва [Електронний ресурс] / О. В. Гончаренко // Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. – 2016. – №1
- 13.Гудзь О.Є. Провайдинг технологічних інновацій: стратегії та механізми // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: техніка та енергетика АПК / Редкол. : С. М. Ніколаєнко (відп. ред.) та ін. К., 2015. Вип. 226. С. 211 – 221.
- 14.Гудзь О.Є., Лазоренко Л.В. Ресурсне забезпечення соціально-економічного розвитку діяльності підприємств зв'язку. // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 1(19). С. 5-11
- 15.Густинський М. О. Методичні засади оцінки ефективності інноваційної діяльності у галузях національного господарства // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 2, Т. 1. С. 88–92.
- 16.Денисенко М. П. Інновації на страховому ринку України / М. П. Денисенко, О. П. Коргун // Інвестиції: практика та досвід. - 2015. - № 21. - С. 79-82. - Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_21_18.
- 17.Державна служба статистики [Електронний ресурс]. Режим доступу :
<http://www.ukrstat.gov.ua/>.

- 18.Донець О.В. Зміст економічних категорій «ефект» та «ефективність» інноваційної діяльності / О.В. Донець // Технологический аудит и резервы производства. – 2013. – № 5/3(13). – С. 42-44.с.
- 19.Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV (з чинними змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
- 20.Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : навч. посіб. / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 448с
- 21.Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с
- 22.Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України. ВЗа ред. В. В. Онікієнка. К. : РВПС НАН України, 2006. 480 с.
- 23.Інноваційний вектор розвитку промисловості України / Л. І. Федулова // Економіка України. - 2013. - № 4. - С. 15–23. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2013_4_3
- 24.Інноваційні здібності та можливості працівників як важливі складові інноваційного потенціалу персоналу підприємства / М. В. Адаменко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - № 4. - С. 155-163. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2013_4_16
- 25.Калініченко Л. Л. Кількісна оцінка інноваційного потенціалу підприємств. // Вісник економіки транспорту і (збірник науково-практичних статей). 2010. №30. С. 107–112.
- 26.Кобушко І. М., Гусейнова Е. І. Шляхи покращення фінансування інноваційного розвитку в Україні з використанням міжнародного досвіду // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – с.124-129
- 27.Краус Н.М. Інноваційний процес як основа формування механізму інноваційної інфраструктури: інституціональний аспект / Н.М. Краус //

- Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2013. – № 4. – С. 15–20.
28. Левченко, Н.М. Аналіз інноваційної діяльності підприємств [Текст] / Н.М. Левченко, Д.К. Носенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. - №2, Т.1 – С.138-142.
29. Мартюшева Л.С., Калищенко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // Фінанси України. - 2002. - № 10. С 61-66.
30. Механізми підвищення конкурентного потенціалу промислових підприємств : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника, канд. екон. наук, доц. М. В. Ніколайчука. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – 347 с.с. – 89
31. Мірошніченко О.Ю. Етапи формування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств / О.Ю. Мірошніченко, В.І. Карюк // Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – 2012. - №2. – 5 с.
32. Момчева А. М. Управлінські інновації: сутність, види, особливості впровадження/ А. М. Момчева // Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Україна – 2013. – Вип. 23
33. Мосійчук Т. К. Інституційні обмеження вибору політики інноваційного розвитку економіки України // Бізнес Інформ. – 2015. – №3. – С. 102–110.
34. Нілі Е. Призма ефективності: Карта збалансованих показників для вимірювання успіху в бізнесі і управлінні ним / Е. Нілі, К. Адамс, М. Кеннерлі: Пер. з англ. – Дніпропетровськ: Баланс Клуб, 2003. – 400 с.
35. Одрехівський М.В. Ефективність нововведень у рекреаційних інноваційних підприємствах / М.В. Одрехівський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 50-58) с

36. Олійник Ю.А. Теоретичні засади визначення сутності інноваційних процесів в Україні / Ю.А. Олійник // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 182–187.
37. Офіційний сайт «VEON». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://veon.com/>
38. Офіційний сайт «Київстар». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar_today).
39. Офіційний сайт ПрАТ «ВФ УКРАЇНА». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mts.ua/>.
40. Офіційний сайт ТОВ «Лайфселл». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https:// www.lifecell.ua/uk/](https://www.lifecell.ua/uk/).
41. Офіційний сайт бізнес-консалтингової фірми «Grand View Research». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.grandviewresearch.com/>
42. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності : [навч. посібник] / І. А. Павленко – К. : КНЕУ, 2004. – 204 с. Freeman C. The Economics of industrial innovation / C. Freeman. – The MIT Press, 1982
43. Полянська А.С. Сучасні підходи до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства / А.С. Полянська // Вісник Нац. ун-ту «Львів. політехніка». – 2010. – № 684. – С. 175-180.
44. Сайт, присвячений інноваціям та інвестиціям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://innopolis.info/>
45. Скоробогатова Н.С. Інноваційно-інвестиційний розвиток регіонів України: проблеми та перспективи // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – 2014. – №7. – с. 214-221.
46. Скрипко Т.О. Парадигма розвитку і економічної безпеки малого і середнього підприємництва в системі національної конкурентоспроможності: монографія / Т.О. Скрипко. – Львів: Ліга-Прес, 2014. – 392 с.

47. Федулова Л. І. Фінансування інновацій у посткризовий період: збалансованість фінансової й інвестиційної політик // Фінанси України. – 2010. – № 8. – с. 81-86
48. Хомич С. В. Сучасні підходи до визначення сутності та структури інтелектуального капіталу. // Економічний простір. 2011. № 52/1. С. 119– 128.
49. Чайковська І. І. Аналіз основних концепцій перетворення інтелектуального капіталу в фінансові результати діяльності підприємства // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2012. Вип. 1, Т. 1. С. 60–65.
50. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств: [монографія]. Харків: ХДУХТ, 2012. 210 с
51. Чуприна І. Поняття та класифікація ризиків в підприємницькій діяльності // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Сер.: Економічні науки. 2012. №4 (70). С. 188–194
52. Школа І.М. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / І.М. Школа, І.В. Бутирська. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2010. – 312 с)
53. Шпикуляк О.Г. Інноваційна діяльність у механізмі стимулювання агропромислового виробництва / О.Г. Шпикуляк, Г.Ф. Мазур // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4. – С. 73–77
54. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. - М.: Директ-Медиа, 2007. – 400 с.
55. Яворська Н.П. Розвиток теорії інновацій в економічній науці. Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія» : збірник наук. пр. ЛНТУ. – Вип. 9(36) / Н.П. Яворська. – Луцьк, 2013. – С. 342

56. Яскевич А. Й. Стан та перспективи розвитку сукупності методів мінімізації інвестиційних ризиків в Україні [Електронний ресурс].

Режим доступу: www.academy.gov.ua/ej2/txts/soc/05jajiru.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2013 р.

Форма N 1

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1134316	1315835	0
первісна вартість	1001	33001881	3426064	0
накопичена амортизація	1002	2165865	2110229	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	511274	499453	0
Основні засоби:	1010	6489167	6452808	0
первісна вартість	1011	11885802	12374537	0
знос	1012	-5396635	5921729	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	37676	37598	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств				
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	262090	61036	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	84345223	8366730	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100		726955	0
Виробничі запаси	1101	753270	679588	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	88080	47367	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	452479	600698	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	1362142	157254	0
за виданими авансами				
з бюджетом	1135	691009	483806	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	89183	431994	0
з нарахованих доходів	1140	4760	7785	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2648415	2875461	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	889468	1369855	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	164787	132702	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	157583	155234	0
Усього за розділом II	1195	5774229	6508838	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	14607392	14875568	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	884369	887119	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	57077	69251	0
Додатковий капітал	1410	2025	225019	0
Емісійний дохід	1411	101120	104363	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	133592	133068	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11391864	11618917	0
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	-370398	-370398	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	12347969	12562976	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	23144	25214	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	21581	17566	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	20361	17287	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	41942	42780	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:				
за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	627854	698435	0
за розрахунками з бюджетом	1620	73260	133809	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	5326	5284	0
за розрахунками з оплати праці	1630	20676	18714	0
за одержаними авансами	1635	475158	522957	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	203612	382397	0
Доходи майбутніх періодів	1665	528498	458111	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	42322	50105	0
Усього за розділом III	1695	2034574	2269812	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	14607392	14875568	0

Керівник

Чернишов П.А.

Головний бухгалтер

(підпис)

Ксеніч О.М.

(підпис)

Додаток Б

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2013 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13158978	12439473
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-6179987	-6369901
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	6978991	6069572
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	302979	185704
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-822425	-820046
Витрати на збут	2150	-954256	-625697
Інші операційні витрати	2180	-665517	-371325
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	4839772	4438208
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	315	228329
Інші доходи	2240	474011	726659
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-1290	-3959
Втрати від участі в капіталі	2255	-78	-3274
Інші витрати	2270	-28188	-4586
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	5284542	5381377
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1187670	-1309197
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	4096872	4072180
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	15922	14536
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	15922	14536
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	15922	14536
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	4112794	3912854

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	121211	287442
Витрати на оплату праці	2505	743609	711305
Відрахування на соціальні заходи	2510	186217	165044
Амортизація	2515	1672465	2179320
Інші операційні витрати	2520	5284246	4855677
Разом	2550	8007748	8198788

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: Розрахунок частини IV Звіту про фінансові результати (форма № 2) "Розрахунок показників прибутковості акцій" не заповнюється тому, що акції емітента не продаються та не купуються відкрито на фондових біржах.

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

(підпис)

Додаток В

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2014 р.

Форма N 1

Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1315835	1223545	0
первісна вартість	1001	3426064	3538040	0
накопичена амортизація	1002	2110229	2314495	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	499453	704062	0
Основні засоби:	1010	6452808	6342147	0
первісна вартість	1011	12374537	12981973	0
знос	1012	5921729	6639826	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	37598	34567	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств				
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	421326	0
Відстрочені податкові активи	1045	61036	121914	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	8366730	8847561	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	726955	311607	0
Виробничі запаси	1101	679588	287247	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	47367	24360	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	600698	366140	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	157254	89028	0
за виданими авансами				
з бюджетом	1135	483806	910740	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	431994	854991	0
з нарахованих доходів	1140	7785	2650	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2875461	12311	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1369855	641911	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	132702	119090	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	154322	167814	0
Усього за розділом II	1195	6508838	2621291	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	14875568	11468852	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	887119	887119	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	69251	65982	0
Додатковий капітал	1410	225019	205040	0
Емісійний дохід	1411	104363	104363	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	133068	133068	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11618917	8282753	0
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	-370398	-370398	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	12562976	9203564	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	25214	13553	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	17566	4405	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	17287	4404	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	42780	17958	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:				
за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	698435	617649	0
за розрахунками з бюджетом	1620	133809	137610	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	5284	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	18714	505	0
за одержаними авансами	1635	522957	575959	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	382397	367464	0
Доходи майбутніх періодів	1665	458111	490459	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	50105	57684	0
Усього за розділом III	1695	2269812	2247330	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	14875568	11468852	0

Примітки: Примітки до звіту про фінансовий стан наводяться у розділі "Примітки до фінансової звітності", складеної відповідно до МСФЗ" (прим. 12-24)

Керівник

Чернишов П.А.

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

Додаток Г

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2014 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13052470	13158978
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-6295503	-6179987
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	6756967	6978991
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	255651	302979
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-924531	-822425
Витрати на збут	2150	-980050	-954256
Інші операційні витрати	2180	-595876	-665517
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	4512161	4839772
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	315
Інші доходи	2240	30879	474011
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-24	-1290
Втрати від участі в капіталі	2255	-3031	-78
Інші витрати	2270	-33088	-28188
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	4506897	5284542
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-727305	-1187670
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	3779592	4096872
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	826	15922
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	826	15922
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	826	15922
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3780418	4112794

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	187057	121211
Витрати на оплату праці	2505	662670	743609
Відрахування на соціальні заходи	2510	188116	186217
Амортизація	2515	1655991	1672465
Інші операційні витрати	2520	5622854	5284246
Разом	2550	8316688	8007748

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: Розрахунок частини IV Звіту про фінансові результати (форма № 2) "Розрахунок показників прибутковості акцій" не заповнюється тому, що акції емітента не продаються та не купуються відкрито на фондових біржах.

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

(підпис)

Додаток Д

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2015 р.

Форма N 1

Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1223545	1248106	0
первісна вартість	1001	3538040	3803767	0
накопичена амортизація	1002	2314495	2555661	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	704062	636850	0
Основні засоби:	1010	6342147	6137881	0
первісна вартість	1011	12981973	14147312	0
знос	1012	6639826	8009431	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	34567	16021	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств				
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	421326	1314086	0
Відстрочені податкові активи	1045	121914	144013	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	273849	425241	0
Усього за розділом I	1095	9121410	9922198	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	37758	60979	0
Виробничі запаси	1101	13398	43064	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	24360	17915	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	366140	883188	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	89028	64237	0
за виданими авансами				
з бюджетом	1135	910740	418300	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	854991	314051	0
з нарахованих доходів	1140	2650	7161	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12311	11602	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	641911	1829855	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	119090	136978	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	167814	178380	0
Усього за розділом II	1195	2347442	3590680	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	11468852	13512878	0

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	887119	887119	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	65982	0	0
Додатковий капітал	1410	205040	204983	0
Емісійний дохід	1411	104363	104363	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	133068	133068	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8282753	7597173	0
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	-370398	-370398	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	9203564	8451945	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	13553	15250	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	414713	0
Довгострокові забезпечення	1520	4405	15260	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	4404	4542	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	17958	445223	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	9	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:				
за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	288722	0
за товари, роботи, послуги	1615	617649	1618027	0
за розрахунками з бюджетом	1620	137610	234922	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	505	1178	0
за одержаними авансами	1635	575959	654861	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	549966	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	367464	504078	0
Доходи майбутніх періодів	1665	490459	491574	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	57684	272373	0
Усього за розділом III	1695	2247330	4615710	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	11468852	13512878	0

Примітки: Примітки до звіту про фінансовий стан наводяться у розділі "Примітки до фінансової звітності", складеної відповідно до МСФЗ" (прим. 12-24)

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

Додаток Е

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2015 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	12975836	13052470
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-7564789	-6295503
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	5411047	6756967
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	1126844	255651
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-910608	-924531
Витрати на збут	2150	-1111890	-980050
Інші операційні витрати	2180	-1340635	-595876
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	3174758	4512161
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	26456	30879
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-6267	-24
Втрати від участі в капіталі	2255	-18546	-3031
Інші витрати	2270	-403875	-33088
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2772526	4506897
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-577276	-727305
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2195250	3779592
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	3664	826
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	3664	826
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	3664	826
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2198914	3780418

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	85827	157419
Витрати на оплату праці	2505	766034	662670
Відрахування на соціальні заходи	2510	204939	188116
Амортизація	2515	1596652	1655991
Інші операційні витрати	2520	8113765	5622854
Разом	2550	10767217	8287050

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: Розрахунок частини IV Звіту про фінансові результати (форма № 2) "Розрахунок показників прибутковості акцій" не заповнюється тому, що акції емітента не продаються та не купуються відкрито на фондових біржах.

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

(підпис)

Додаток Ж

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2016 р.

Форма N 1

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1248106	4363282	0
первісна вартість	1001	3803767	7033130	0
накопичена амортизація	1002	2555661	2669848	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	636850	476431	0
Основні засоби:	1010	6137881	7002543	0
первісна вартість	1011	14147312	15722288	0
знос	1012	8009431	8719745	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	16021	20609	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств				
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	1314086	401016	0
Відстрочені податкові активи	1045	144013	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	425241	918195	0
Усього за розділом I	1095	9922198	13182076	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	60979	58095	0
Виробничі запаси	1101	43064	42771	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	17915	15324	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	883188	732462	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	64237	73317	0
за виданими авансами				
з бюджетом	1135	418300	844096	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	314051	800703	0
з нарахованих доходів	1140	7161	178692	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11602	363060	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1829855	1684546	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	136978	168454	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	178380	190770	0
Усього за розділом II	1195	3590680	4293492	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	13512878	17475568	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	887119	887119	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	204983	180488	0
Емісійний дохід	1411	104363	104363	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	133068	133068	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	7597173	10043342	0
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	-370398	-370398	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	8451945	10873619	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	113780	0
Пенсійні зобов'язання	1505	15250	9738	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	414713	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	15260	7364	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	4542	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	445223	130882	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	9	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:				
за довгостроковими зобов'язаннями	1610	288722	991228	0
за товари, роботи, послуги	1615	1618027	1493791	0
за розрахунками з бюджетом	1620	234922	188026	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	1178	313	0
за одержаними авансами	1635	654861	691028	0
за розрахунками з учасниками	1640	549966	549966	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	504078	422267	0
Доходи майбутніх періодів	1665	491574	533262	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	272373	1601186	0
Усього за розділом III	1695	4615710	6471067	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	13512878	17475568	0

Примітки: Примітки до звіту про фінансовий стан наводяться у розділі "Примітки до фінансової звітності", складеної відповідно до МСФЗ" (прим. 12-24)

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

Додаток 3

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2016 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	14933044	12975836
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-7899849	-7564789
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	7033195	5411047
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	4922862	1126844
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-1122295	-910608
Витрати на збут	2150	-1136103	-1111890
Інші операційні витрати	2180	-4766813	-1340635
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	4930846	3174758
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	117	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	56384	26456
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-130527	-6267
Втрати від участі в капіталі	2255	-2529	-18546
Інші витрати	2270	-1559994	-403875
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	3294297	2772526
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-848128	-577276
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2446169	2195250
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2446169	2195250

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	113322	85827
Витрати на оплату праці	2505	836935	766034
Відрахування на соціальні заходи	2510	200825	204939
Амортизація	2515	1684121	1596652
Інші операційні витрати	2520	11935416	8113765
Разом	2550	14770619	10767217

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: Розрахунок частини IV Звіту про фінансові результати (форма № 2) "Розрахунок показників прибутковості акцій" не заповнюється тому, що акції емітента не продаються та не купуються відкрито на фондових біржах.

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

(підпис)

Додаток И

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2017 р.

Форма N 1

Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	4346873	4039746	0
первісна вартість	1001	7446227	8077619	0
накопичена амортизація	1002	3099354	4037873	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	914146	1015330	0
Основні засоби:	1010	6981564	6128482	0
первісна вартість	1011	18518729	19436451	0
знос	1012	11537165	13307969	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	0	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств				
інші фінансові інвестиції	1035	72179	122167	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	404795	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	302310	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	420008	684930	0
Усього за розділом I	1095	13139565	12292965	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	48351	50666	0
Виробничі запаси	1101	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	29296	41490	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	19055	9176	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1111323	1357765	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	40457	90451	0
за виданими авансами				
з бюджетом	1135	801150	363799	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	799974	361466	0
з нарахованих доходів	1140	8353	25217	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	127	0	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1662281	3319783	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	100007	93676	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	13835	0
Усього за розділом II	1195	3772049	5315192	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	27	10461	0
Баланс	1300	16911641	17618618	0

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1009249	1009249	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	258294	258294	0
Емісійний дохід	1411	102338	102338	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	132933	132933	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	9634124	11439093	0
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	-370398	-370398	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	10664202	12469171	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	21550	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	7174	6060	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	140688	152159	0
Довгострокові забезпечення	1520	18366	57089	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	23190	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	187778	215308	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:				
за довгостроковими зобов'язаннями	1610	991228	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	1703360	1630107	0
за розрахунками з бюджетом	1620	236479	159015	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	313	370	0
за одержаними авансами	1635	522915	544440	0
за розрахунками з учасниками	1640	549966	1531735	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	83759	352355	0
Доходи майбутніх періодів	1665	354744	417648	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1616897	298469	0
Усього за розділом III	1695	6059661	4934139	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	16911641	17618618	0

Примітки: Примітки до звіту про фінансовий стан наводяться у розділі "Примітки до фінансової звітності", складеної відповідно до МСФЗ" (прим. 12-24)

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

Додаток К

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2017 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15753027	14926236
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-8699457	-7929925
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	7053570	6996311
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	98584	4032
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-1269207	-1071557
Витрати на збут	2150	-1316755	-1327902
Інші операційні витрати	2180	-376785	-162475
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	4189407	4438409
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	322404	206218
Інші доходи	2240	26302	6390
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-18429	-162896
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-324708	-1032254
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	4194976	3455867
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-807909	-881365
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	3387067	2574502
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3387067	2574502

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	2275894	3347186
Витрати на оплату праці	2505	841395	814599
Відрахування на соціальні заходи	2510	126932	199350
Амортизація	2515	3671345	1730029
Інші операційні витрати	2520	4746638	4400695
Разом	2550	11662204	10491859

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: Розрахунок частини IV Звіту про фінансові результати (форма № 2) "Розрахунок показників прибутковості акцій" не заповнюється тому, що акції емітента не продаються та не купуються відкрито на фондових біржах.

Керівник

Чернишов П.А.

(підпис)

Головний бухгалтер

Ксеніч О.М.

(підпис)

ДОГОВІР ПОСТАВКИ

м. Київ

«15» лютого 2017 р.

ПОКУПЕЦЬ: приватне акціонерне товариство «Київстар» (ПрАТ «Київстар»), в особі директора Чернишова П.А., який діє на підставі Статуту з одної Сторони, і

ПОСТАЧАЛЬНИК: Huawei Technologies Co. Ltd, в особі, Рене Женфея, який діє на підставі Статуту, з іншої сторони, разом - Сторони, уклали цей договір про таке:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 Предметом договору є поставка ПОСТАЧАЛЬНИКОМ ПОКУПЦЮ бездротових антен зв'язку класу UMTS та класу GSM згідно зі специфікацією №1 (додаток №1).

1.2 Найменування, кількість та асортимент товару зазначене у специфікації №1 (додаток № 1).

1.3 Виробник товару Huawei Technologies Co. Ltd, Китай.

2. ЯКІСТЬ ТОВАРУ ТА ГАРАНТІЙНІ ТЕРМІНИ

2.1 Якість товару, який поставляється, повинна відповідати вимогам таких НТД (ДСТУ, ТУ, та ін.), які діють на Україні.

2.2 ПОСТАЧАЛЬНИК зобов'язаний надати ПОКУПЦЮ копію НД, або витяги з них – основні технічні дані товару, що постачається (ст. 268 ГК України).

2.3 Підтвердженням якості товару з боку ПОСТАЧАЛЬНИКА є сертифікат якості, який надається ПОСТАЧАЛЬНИКОМ товару ПОКУПЦЮ при укладанні договору і при постачанні першої партії товару .

У разі закінчення терміну дії сертифіката відповідності, ПОСТАЧАЛЬНИК повинен надати ПОКУПЦЮ новий сертифікат.

2.4 Дата виготовлення товару повинна відповідати даті, яка зазначена у сертифікаті (або паспорті) якості.

2.5 Гарантійний термін на протязі якого ПОКУПЕЦЬ має можливість пред'явити ПОСТАЧАЛЬНИКУ претензії з приводу якості продукції 6 місяців.

2.6 Товар, що поставляється, підлягає обов'язковому маркуванню відповідно до вимог нормативної документації; не перебував в експлуатації, і не порушені терміни та умови його зберігання.

2.7 При виявленні дефектів товару, невідповідності кількості або якості вказаних у товаро-супровідних документах, виклик представника ПОСТАЧАЛЬНИКА для участі в прийманні по кількості, якості та складанні двостороннього Акту обов'язковий.

2.8 Якщо протягом гарантійного терміну, зазначеного у п. 2.5 Договору, будуть виявлені приховані дефекти товару або якість товару не буде відповідати умовам договору, або під час приймання товару буде виявлено недостачу товару, ПОСТАЧАЛЬНИК за свій рахунок зобов'язується замінити дефектний товар на якісний та здійснити допоставку товару протягом 20 календарних днів з моменту письмового повідомлення покупця.

2.9 З боку ПОКУПЦЯ якість товару перевіряється кінцевим одержувачем – структурним підрозділом залізниці, згідно з вимогами Інструкції № П-7 та ГОСТ 24297-87 “Входной контроль продукции”.

2.10 ПОКУПЕЦЬ має право повернути ПОСТАЧАЛЬНИКУ неякісний товар.

3. ТАРА ТА УПАКОВКА

3.1 Товар відвантажується в упаковці (тарі), що відповідає характеру товару, який поставляється. Упакування (тара) повинне відповідати встановленим у країні виробника

нормам і стандартам, яке забезпечує збереження товару при транспортуванні до місця призначення та розвантаженні транспортного засобу.

3.2 Кожне пакувальне місце повинне мати маркування на тарі або бирці.

3.3 Вартість тари входить до вартості товару.

4. СТРОКИ ТА ПОРЯДОК ПОСТАВКИ

4.1 Товар повинен бути поставлений ПОСТАЧАЛЬНИКОМ не пізніше 10 робочих днів від дня одержання ПОСТАЧАЛЬНИКОМ заявки ПОКУПЦЯ, яка є підтвердженням готовності ПОКУПЦЯ до прийому товару.

4.2 Датою поставки товару вважається дата підписання видаткової накладної обома сторонами договору та вручення товарно-транспортної накладної, оформлених належним чином.

4.3 Товар постачається на склад ПОКУПЦЯ (м.Київ, вул. Харківська,1а) на умовах СРТ* (згідно з INCOTERMS 2010) у II-IV кварталах 2017р.

4.4 Представник ПОКУПЦЯ під час прийняття товару зобов'язаний звірити його відповідність кількості та асортименту товару, вказаним у рахунку-фактурі і/або накладній, перевірити наявність і відповідність документів, що підтверджують якість товару згідно з умовами договору, розписатися за отримання товару та видати представнику ПОСТАЧАЛЬНИКА доручення на отримання даної партії товару.

*-відповідальність за страхові ризики покладає на себе покупець.

5. ЦІНА

5.1 Ціна ПОСТАЧАЛЬНИКА на ПОКУПКу бездротових антен зв'язку класу UMTS та класу GSM визначена сторонами і становить 140\$/ шт. 110\$/шт. відповідно.

5.2 Загальна сума договору складає 119045,33 \$ з урахуванням ПДВ 20% (вісім тисяч сто шістдесят євро) та зазначається у звіті про результати здійснення процедури торгів.

5.3 Ціни в накладних і в рахунках-фактурах вказуються в Американській валюті (долар).

5.4. Ціна цього Договору може бути зменшена за взаємною згодою сторін.

6. ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

6.1 ПОСТАЧАЛЬНИК передає у власність ПОКУПЦЮ товар, а ПОКУПЕЦЬ сплачує товар, визначений в асортиментній кількості та за цінами, які узгоджені між сторонами.

6.2 Ціни на товар встановлюються в Американській валюті (долар).

6.3 Розрахунок за поставлений товар здійснюється таким чином: 100% перерахуванням грошових коштів на поточний рахунок ПОСТАЧАЛЬНИКА.

6.4 ПОКУПЕЦЬ здійснює оплату поставленого товару протягом 90 банківських днів з дня отримання товару. Днем отримання товару вважається день підписання видаткової накладної обома сторонами договору, та вручення товарно-транспортної накладної, оформлених належним чином.

7. ПЕРЕДАЧА І ПРИЙМАННЯ ТОВАРУ

7.1 Прийом товару здійснюється ПОКУПЦЕМ на складі відокремленого структурного підрозділу «Головний матеріально-технічний склад» ПрАТ «Київстар».

7.2 ПОКУПЕЦЬ має право пред'явити ПОСТАЧАЛЬНИКУ претензії: по кількості – на підставі видаткової накладної та товарно-транспортної накладної, і по якості (протягом гарантійного терміну) – згідно з гарантією підприємства-виробника.

7.3 У випадку наявності претензій по кількості та якості, товар не підлягає використанню до взаємного врегулювання питань.

7.4 ПОСТАЧАЛЬНИК в погоджений термін, але не більше 20 календарних днів з моменту письмового повідомлення покупця, робить за свій рахунок заміну дефектного товару на якісний товар.

7.5 Підтвердженням про одержання товару ПОКУПЦЕМ є підписана видаткова накладна обома сторонами договору та товарно-транспортна накладна, оформлені належним чином.

8. ФОРС – МАЖОР

8.1 ПОКУПЕЦЬ несе відповідальність за повне або часткове невиконання будь-яких умов у разі настання таких обставин: повінь, пожежа, землетрус, катастрофа або інших, незалежних від сторін обставин, або ембарго, накладених державною владою на експорт або імпорту, якщо вони виникнуть після вступу даного договору в силу, прийняття нормативного акта, який унеможливило виконання умов договору. Якщо будь-яка з вищевказаних обставин прямо вплине на своєчасність виконання умов, що передбачені даним договором, то вони будуть продовжені на період, рівний по тривалості цим обставинам.

8.2 Сторони у п'ятиденний термін повинні сповістити одна одну про початок вказаних обставин, що має бути підтверджено довідкою відповідного Уповноваженого органу.

9 ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН

9.1 ПОКУПЕЦЬ зобов'язаний:

9.1.1 Своєчасно та в повному обсязі оплачувати вартість поставленого товару у відповідності до розділу 6 даного Договору.

9.1.2 Приймати поставлені товари згідно з видатковою накладною та товарно-транспортною накладною, оформленими належним чином.

9.2 ПОКУПЕЦЬ має право:

9.2.1 Контролювати поставку товару у строки, встановлені цим Договором.

9.2.2 Повернути рахунок-фактуру ПОСТАЧАЛЬНИКУ без здійснення оплати в разі неналежного оформлення документів (відсутність печатки, підписів тощо)

9.3 ПОСТАЧАЛЬНИК зобов'язаний:

9.3.1 Забезпечити своєчасну поставку товару та в повному обсязі у відповідності до умов даного Договору.

9.3.2 Забезпечити поставку товару, якість якого відповідає умовам встановленим цим Договором.

9.3.3 Добросовісно виконувати обов'язки, що передбачені даним Договором.

9.3.4 У випадку поставки товару неналежної якості, замінити товар, з приводу якого отримано повідомлення у порядку та в строки, які визначено у п. 2.8 даного Договору.

9.3.5 При виявленні ПОКУПЦЕМ під час приймання недостачі товару, відправленого ПОСТАЧАЛЬНИКОМ, здійснити допоставку товару у розмірі недостачі в порядку та у строки, які визначено у п. 2.8 даного Договору.

9.4. ПОСТАЧАЛЬНИК має право:

9.4.1 Своєчасно та в повному обсязі отримати плату за поставлені товари.

9.4.2 На дострокову поставку товарів за письмовим погодженням ЗАМОВНИКА.

10. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

10.1 За невиконання чи неналежне виконання зобов'язань за даним договором винна сторона несе відповідальність згідно з умовами цього договору.

10.2 ПОКУПЕЦЬ за даним договором несе таку відповідальність: у разі порушення строків оплати товару, ПОКУПЕЦЬ сплачує ПОСТАЧАЛЬНИКУ пеню в розмірі 0,1% від суми заборгованості за кожен день прострочення, включаючи день оплати, але не більше подвійної облікової ставки НБУ, що діяла на період, за який нараховується пеня.

10.3 ПОСТАЧАЛЬНИК за даним договором несе відповідальність:

- за несвоєчасну поставку товару, ПОСТАЧАЛЬНИК сплачує ПОКУПЦЮ пеню у розмірі 0,5% від суми непоставленої в строк продукції за кожен день прострочення;

- за постачання товарів неналежної якості ПОСТАЧАЛЬНИК сплачує ПОКУПЦЮ штраф у розмірі 20% від вартості поставленого неякісного товару.

- за прострочення строків заміни дефектного товару на якісний, погоджених відповідно до п 7.4 Договору, ПОСТАЧАЛЬНИК сплачує ПОКУПЦЮ пеню у розмірі 0,1% від вартості товару, що має бути замінений, за кожен день прострочення.

10.4 Сплата штрафних санкцій не звільняє сторони від виконання взятих на себе зобов'язань.

11. ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

11.1 Усі спори та розбіжності, які виникають між сторонами за цим договором або у зв'язку з ним, вирішуються шляхом переговорів.

11.2 Усі спори між сторонами, по яких не було досягнуто згоди, вирішуються в порядку, передбаченому чинним законодавством України, в Господарському суді за місцезнаходженням відповідача.

12. ЗМІНА УМОВ ДОГОВОРУ

12.1 Договір про закупівлю укладається у письмовій формі відповідно до положень Цивільного кодексу України та Господарського кодексу України.

12.2. Зміна або розірвання договору допускається лише за взаємною письмовою згодою сторін на підставі та з дотриманням порядку, передбаченим вимогами чинного законодавства України, в тому числі положень Цивільного кодексу України та Господарського кодексу України.

13. ІНШІ УМОВИ ДОГОВОРУ

13.1 У разі виявлення неконкурентоспроможності цін на товар, невиконання пункту 4.1 даного договору, ПОКУПЕЦЬ має право розірвати даний договір у порядку, передбаченому чинним законодавством.

13.2 Всі зміни, доповнення та додатки до даного договору мають юридичну силу, якщо вони підписані уповноваженими представниками сторін у письмовій формі.

13.3 У випадках, не передбачених цим договором, відносини сторін регулюються Законом України від 17.05.2001 “Про підтвердження відповідності”, чинним законодавством України.

13.4 Всі письмові доповнення до договору є його невід’ємною частиною.

13.5 Цей договір укладено українською та англійською мовою в двох примірниках, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної із сторін договору.

13.6 Сторони погодилися, що текст договору, будь-які матеріали, інформація та відомості, які стосуються договору, є конфіденційними і не можуть передаватися третім особам без попередньої письмової згоди іншої сторони договору, крім випадків, коли таке передавання пов’язане з одержанням офіційних дозволів, документів для виконання договору або сплати податків, інших обов’язкових платежів, а також у випадках, передбачених чинним законодавством, яке регулює зобов’язання сторін договору.

14. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОНАННЯ ДОГОВОРУ

14.1 У разі вимоги надання забезпечення виконання договору у вигляді оригіналу банківської гарантії, сума останньої становить 10% від вартості товару, що постачається, а саме 11905 \$.

14.2 Забезпечення виконання договору повертається постачальнику на його письмовий запит не пізніше трьох банківських днів після отримання документів про повне виконання останнім своїх зобов’язань за договором закупівлі. Таким документом є акт звірки взаємних розрахунків, підписаний уповноваженими особами з обох сторін.

14.3 Забезпечення виконання договору діє до повного виконання договору в частині поставок товару.

14.4 Оригінал забезпечення виконання договору обов’язково знаходиться у покупця, який відслідковує виконання умов договору та у разі виникнення обставин, коли необхідно стягнути забезпечення виконання договору, вживає всі відповідні заходи.

14.5 Забезпечення виконання договору про закупівлю не повертається постачальнику та підлягає перерахуванню на рахунок покупця:

- у разі відмови постачальника від здійснення поставок;
- у разі прострочення поставки більше ніж на 15 календарних днів.

При цьому покупець має право в односторонньому порядку розірвати договір про закупівлю, повідомивши про це постачальника.

15. ТЕРМІН ДІЇ ДОГОВОРУ

15.1 Термін дії договору - з моменту його підписання сторонами і до 31.12.2018