

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**СТРАТЕГІЯ БРЕНДИНГУ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА  
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

*( на матеріалах ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” м. Київ )*

Студентки ІІ курсу, 9М групи,  
факультету міжнародної торгівлі  
та права  
спеціальності 292 «Міжнародні  
економічні відносини»  
спеціалізації «Міжнародний  
бізнес»

---

*підпис  
студента*

Панченко Марини  
Анатоліївни

Науковий керівник  
доктор економічних наук,  
доцент

---

*підпис  
керівника*

Студінська Галина  
Яківна

Гарант освітньо-  
професійної програми  
доктор економічних наук,  
професор

---

*підпис гаранта*

Онищенко Володимир  
Пилипович

**Київ 2019**

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>ВСТУП</b> .....                                                                                                                       | 3  |
| <b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ</b><br>.....                                                                | 5  |
| 1.1 Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” .....                                                                 | 5  |
| 1.2 Аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” ....                                                                  | 14 |
| <i>Висновки за розділом 1</i> .....                                                                                                      | 19 |
| <b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”</b> .....                                                                  | 21 |
| 2.1. Оцінка сприятливості умов міжнародної підприємницької діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” .....                                         | 21 |
| 2.2. Обґрунтування рішення щодо вибору приймаючої країни у контексті стратегії брендингу послуг компанії з сурогатного материнства ..... | 24 |
| <i>Висновки за розділом 2</i> .....                                                                                                      | 31 |
| <b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ</b> .....                      | 31 |
| 3.1. Рекомендації щодо вдосконалення міжнародної підприємницької діяльності у контексті тематики дослідження .....                       | 32 |
| 3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” .....                                                               | 38 |
| <i>Висновки за розділом 3</i> .....                                                                                                      | 43 |
| <b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....                                                                                                      | 45 |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....                                                                                                  | 47 |
| <b>ДОДАТКИ</b> .....                                                                                                                     | 50 |

## ВСТУП

Реалії ринкових умов та розширення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання стимулюють до створення та використання оригінальних, неповторних засобів індивідуалізації як суб'єкта господарювання, так і окремих видів продуктів (послуг), які ним виробляються. В процесах глобалізації і конкуренції змінюються не лише умови економічного відтворення, технології і фактори виробництва, а змінюються і споживачі.

Тому за останні роки доволі популярною сферою в медицині стало – сурогатне материнство. Воно тісно закріпилась як на території України так і за її межами, у тих країнах де це дозволено законом, не залежно чи це альтруїстична форма чи комерційна. Брендінг медичних компаній, що надають такі послуги, є інструментом економічного розвитку та просування компаній на світовому ринку.

**Актуальність** обраної теми полягає в тому, що з кожним роком все більше людей звертаються до послуг сурогатного материнства, тому в цій галузі з'являються компанії, які готові надавати такі види послуг як іноземцям, так і громадянам країн, а конкуренція між ними зростає, тому для забезпечення конкурентоспроможності компанії необхідно впроваджувати стратегії брендінгу. Відомість бренду компанії є її конкурентною перевагою і важливою умовою стабільного функціонування підприємства на ринку послуг. Значний внесок у створенні та розвитку бренду, розробленні стратегій брендінгу зробили зарубіжні та вітчизняні вчені, науковці, економісти: Авінаш К. Діксіт та Баррі Дж. Нейлбафф [1], І. Муті [8], О. Філановський [19], С. Анхольт [23], Г. Студінська [26], та інші. Разом з тим, даних досліджень не достатньо, щоб проаналізувати відносно нову галузь медицини – сурогатне материнство, та зміцнити конкурентні позиції компанії, що спеціалізується у даній сфері.

**Метою** роботи є обґрунтування доцільності застосування брендінгу до компанії – суб'єкта міжнародного бізнесу, що надає послуги сурогатного материнства та аналіз її міжнародної діяльності.

**Об'єктом** дослідження випускної кваліфікаційної роботи є медична

компанія з надання послуг із сурогатного материнства.

**Предметом** дослідження є брендинг компанії з надання послуг сурогатного материнства як механізм просування підприємства у міжнародному просторі.

Серед **методів дослідження** можна виділити наступні: аналіз, класифікація, аналогія, структурно-функціональний та емпіричний аналіз, порівняння.

Завданнями роботи є:

- здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”;
- проаналізувати економічну діяльність підприємства;
- оцінити сприятливі умови міжнародної підприємницької діяльності підприємства;
- обґрунтувати рішення щодо вибору приймаючої країни у контексті дослідження;
- запропонувати рекомендації щодо вдосконалення міжнародної підприємницької діяльності;
- оцінити ефективність застосування зазначених факторів вдосконалення.

**Новизна** випускної кваліфікаційної роботи аргументується відсутністю попередньо проведених досліджень щодо брендингу послуг сурогатного материнства та розробленні стратегій їх просування на ринку.

**Апробація** теоретичних результатів випускної кваліфікованої роботи розміщена в статті “Стратегія брендингу підприємства – суб’єкта міжнародного бізнесу” в збірнику наукових статей студентів частина 1 “Міжнародний бізнес” [10].

**Структура роботи** складається зі вступу, 3 розділів, висновків до кожного з розділів, загальних висновків та пропозицій і додатків.

## РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

### 1.1 Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

Товариство з обмеженою відповідальністю “ВОРЛДСУРРОГАСІ” має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Товариство працює вже більше ніж 5 років на території України. За формою власності згідно із ст.63 ГКУ дана компанія є недержавною власністю та є суб'єктом малого підприємництва, адже середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 (п'ятдесяти) осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500 000 (п'ятистам тисячам) євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні. Основний вид міжнародної діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” – це 69. 10 Діяльність у сфері права, також компанія здійснює свою діяльність й в інших галузях, таких як: 86. 10 Діяльність лікарняних закладів, 86. 22 Спеціалізована медична практика, 86. 90 Інша діяльність у сфері охорони здоров'я, 74. 30 Надання послуг перекладу, 74. 90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н. в. і. у. [18].

Для кращого розуміння та оцінки потенціалу підприємства та можливостей його подальшого розвитку здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності за 5 років.

Перш за все, для цього проаналізуємо активи та пасиви балансу компанії “ВОРЛДСУРРОГАСІ”. Активи підприємства – це засоби суб'єкта господарювання, які потрібні для його функціонування у різних формах діяльності з метою одержання прибутку [6]. Для аналізу проведемо порівняння фінансової звітності компанії за звітний період з 2014 по 2018 рік, і також визначимо абсолютне та відносне відхилення результатів за 2018 в порівнянні з 2017 роком за табл. 1.1:

Таблиця 1.1

## Динаміка активів ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” за 2014-2018 роки

| Актив                                                                  | 31.12.<br>2014 | 31.12.<br>2015 | 31.12.<br>2016 | 31.12.<br>2017 | 31.12.<br>2018 | Абсолютне<br>відхилення, +,- | Відносне<br>відхилення % |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------------------|--------------------------|
|                                                                        |                |                |                |                |                | 2018 до 2017                 | 2018 до 2017             |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                            |                |                |                |                |                |                              |                          |
| Незавершені капітальні інвестиції                                      | 6,8            | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Основні засоби:                                                        | 6,9            | 147,1          | 130,8          | 139,9          | 156,4          | 16,5                         | 11,79                    |
| первісна вартість                                                      | 6,9            | 232,4          | 275,5          | 304,1          | 328,6          | 24,5                         | 8,05                     |
| знос                                                                   | -              | 85,3           | 144,7          | 164,2          | 172,2          | 8,0                          | 4,8                      |
| Довгострокові біологічні активи:                                       | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Довгострокові фінансові інвестиції                                     | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Інші необоротні активи                                                 | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| <b>Усього за розділом I</b>                                            | 13,7           | 147,1          | 130,8          | 139,9          | 156,4          | 16,5                         | 11,79                    |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                             |                |                |                |                |                |                              |                          |
| Запаси                                                                 | 1,5            | 7,1            | 1,0            | 5,2            | 7,1            | 1,9                          | 36,53                    |
| у тому числі готова продукція                                          | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Поточні біологічні активи                                              | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Дебіторська заборгованість за<br>продукцію, товари, роботи,<br>послуги | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| з бюджетом                                                             | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| у тому числі з податку на прибуток                                     | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Інша поточна дебіторська                                               | 142,5          | 26,8           | 25,5           | 48,2           | 52,4           | 4,2                          | 8,71                     |
| Поточні фінансові інвестиції                                           | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| Гроші та їх еквіваленти                                                | 154,0          | 279,2          | 109,0          | 162,7          | 201,9          | 39,2                         | 24,09                    |
| Витрати майбутніх періодів                                             | -              | 0,7            | 1,1            | 1,1            | 1,1            | 0                            | 0                        |
| Інші оборотні активи                                                   | -              | -              | -              | -              | -              | -                            | -                        |
| <b>Усього за розділом II</b>                                           | 298,0          | 313,8          | 136,6          | 217,6          | 268,5          | 50,9                         | 23,39                    |
| <b>Баланс</b>                                                          | 311,7          | 460,9          | 267,4          | 311,3          | 328,3          | 17,0                         | 1,6                      |

Джерело: розраховано автором за: [Додатками А-Е]

Згідно даних отриманих із табл. 1.1, можемо зазначити, що станом на 2017 рік первісна вартість основних засобів складала 304,1 тис. грн, приріст показника на наступний рік склав 8,05% . На кінець 2017 року сума виробничих запасів становила 5,2 тис. грн. За рік відбувся приріст запасів на 1,9 тис. грн. Загалом підвищення обсягу цього елементу активів позитивно впливає на безперервність виробничого і збутового процесу. Але проблемою може бути їх надмірне накопичення, яке призведе до залучення додаткових позикових коштів. На кінець 2017 року сума дебіторської заборгованості становила 48,2 тис. грн. До наступного звітного періоду заборгованість зросла до 8,71%. Підприємство не

здійснює короткострокових вкладень у фінансові інструменти. Сума грошових коштів у гривні постійно коливається на розрахунковому рахунку та в касі, що є нормальним для підприємства.

Для повної оцінки діяльності підприємства проведемо також аналіз пасивів підприємства за аналогічний звітний період, наведений у табл. 1.2:

Таблиця 1.2

**Динаміка пасивів ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” за 2014-2018 роки**

| Пасив                                                                  | 31.12.<br>2014 | 31.12.<br>2015 | 31.12.<br>2016 | 31.12.<br>2017 | 31.12.<br>2018 | Абсолютне<br>відхилення, +,-<br>2018 до 2017 | Відносне<br>відхилення %<br>2018 до 2017 |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------------------------------------|------------------------------------------|
|                                                                        |                |                |                |                |                |                                              |                                          |
| <b>I. Власний капітал</b>                                              |                |                |                |                |                |                                              |                                          |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                       | 2,0            | 2,0            | 2,0            | 2,0            | 2,0            | 0                                            | 0                                        |
| Додатковий капітал                                                     | -              | -              | -              | -              | -              | -                                            | -                                        |
| Резервний капітал                                                      | -              | -              | -              | -              | -              | -                                            | -                                        |
| Нерозподілений прибуток                                                | 174,5          | 240,2          | 329,5          | 396,3          | 408,6          | 12,3                                         | 3,1                                      |
| Неоплачений капітал                                                    | 2,0            | 2,0            | 2,0            | 2,0            | 2,0            | 0                                            | 0                                        |
| <b>Усього за розділом I</b>                                            | <b>174,5</b>   | <b>240,2</b>   | <b>329,5</b>   | <b>396,3</b>   | <b>408,6</b>   | <b>12,3</b>                                  | <b>3,1</b>                               |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і</b>          |                |                |                |                |                |                                              |                                          |
|                                                                        | 20,8           | 35,2           | 3,6            | 8,6            | 9,1            | 0,5                                          | 5,8                                      |
| <b>III. Поточні зобов'язання</b>                                       |                |                |                |                |                |                                              |                                          |
| Короткострокові кредити банків                                         | -              | -              | -              | -              | -              | -                                            | -                                        |
| Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями | -              | -              | -              | -              | -              | -                                            | -                                        |
| за товари, роботи, послуги                                             | 43,9           | 84,5           | 95,0           | 96,1           | 102,3          | 6,2                                          | 6,4                                      |
| за розрахунками з бюджетом                                             | 47,5           | 28,2           | -              | 10,7           | 14,8           | 4,1                                          | 38,3                                     |
| за у тому числі з податку на прибуток                                  | 38,3           | 14,4           | -              | -              | -              | -                                            | -                                        |
| за розрахунками зі страхування                                         | -              | 15,4           | -              | 12,0           | 15,1           | 3,1                                          | 25,8                                     |
| за розрахунками з оплати праці                                         | -              | 57,4           | 1,4            | 44,0           | 58,0           | 14,0                                         | 1,16                                     |
| Доходи майбутніх періодів                                              | -              | -              | -              | -              | -              | -                                            | -                                        |
| Інші поточні зобов'язання                                              | 25,0           | -              | 496,9          | 32,0           | 44,1           | 12,1                                         | 37,8                                     |
| <b>Усього за розділом III</b>                                          | <b>116,4</b>   | <b>185,5</b>   | <b>593,3</b>   | <b>194,8</b>   | <b>234,3</b>   | <b>39,5</b>                                  | <b>20,27</b>                             |
| <b>Баланс</b>                                                          | <b>311,7</b>   | <b>460,9</b>   | <b>267,4</b>   | <b>312,8</b>   | <b>328,3</b>   | <b>15,5</b>                                  | <b>4,95</b>                              |

Джерело: розраховано автором за: [Додатками Д-Е]

Пасиви — це капітал — власність, визначена у вартості (грошах) боргове зобов'язання підприємства (юридичної) або громадянина (фізичної) особи по відношенню до іншого підприємства (юридичної) або громадянина (фізичної) особи. У будь-якому випадку пасиви показують джерело утворення активів — майна підприємства або громадянина, тобто показують, кому винне підприємство

(юридична) або громадянин (фізична) особа за все майно, яке воно (або він) має у своєму розпорядженні. Таким чином, пасиви — це вираз права власності на активи (майно) відповідних юридичних (підприємств) або фізичних осіб, які передали це майно у використання — це право власності [4]. У 2017 році загальна вартість пасивів становила 312,8 тис. грн у 2018 році спостерігається приріст показника на 4,95 %. Цей факт свідчить про підвищення загальної суми фінансових ресурсів підприємства, що використовується для здійснення своєї діяльності.

Після аналізу активів та пасивів компанії можна розглянути показники ліквідності підприємства “ВОРЛДСУРРОГАСІ”. Ліквідність підприємства – це його здатність швидко продати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов’язань [20]. При оцінці ліквідності розраховують три основні коефіцієнти:

- коефіцієнт покриття, який розраховується за формулою 1.1:

$$K_p = \frac{O_a}{P_z}, \text{ де} \quad (1.1)$$

$K_p$  – це коефіцієнт покриття;

$O_a$  – оборотні активи;

$P_z$  – поточні зобов’язання.

Наведемо приклад розрахунку:  $K_p_{2014} = 298,0 / 116,4 = 2,56$  тис. грн., отже коефіцієнт покриття компанії за 2014 рік складає 2,56, що перевищує оптимальне значення, таким чином є хорошим показником.

- коефіцієнт швидкої ліквідності, розраховується за формулою 1.2:

$$K_{шл} = \frac{C_{oa} - C_z}{P_z}, \text{ де} \quad (1.2)$$

$K_{шл}$  – це коефіцієнт швидкої ліквідності;

$C_{oa}$  – це сума оборотних активів;

$C_z$  – це сума запасів.

Приклад розрахунку:  $K_{шл_{2014}} = (298,0 - 0) / 116,4 = 2,56$  тис. грн. Отриманий показник доволі високий, це демонструє, що у зазначений рік у компанії було досить ліквідних оборотних коштів.

- коефіцієнт абсолютної ліквідності, розраховується за формулою 1.3:

$$K_{ал} = \frac{\Gamma_k}{\Pi_k}, \text{ де} \quad (1.3)$$

$K_{ал}$  – це коефіцієнт абсолютної ліквідності;

$\Gamma_k$  – це грошові кошти та їх еквіваленти;

Прикладом розрахунку стане звітність:  $K_{ал\ 2014} = 154,0 / 116,4 = 1,32$  тис. грн. Нормативним значенням даного коефіцієнта вважається від 0,1 до 0,2. В нас отриманий результат явно перевищує норму, це може свідчити про те, що компанія використовує неефективну стратегію управління фінансовими ресурсами [3].

Також для аналізу ліквідності визначається чистий оборотний капітал, за формулою 1.4:

$$Чоб.к = \frac{О_2}{\Pi_2}, \text{ де} \quad (1.4)$$

$Чоб.к$  – це чистий оборотний капітал.

Вирахуємо показник:  $Чоб.к\ 2014 = 298,0 - 116,4 = 181,6$  тис. грн. Значення є позитивним адже воно перевищує 0.

Зведемо отримані показники по ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” у табл. 1.3:

Таблиця 1.3

#### Аналіз динаміки ліквідності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

| Показники фінансового стану підприємства    | Значення для підприємства на 31.12 за: |          |          |          |          |
|---------------------------------------------|----------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
|                                             | 2014 рік                               | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік |
| Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття) | 2,56                                   | 1,123    | 1,253    | 1,117    | 1,145    |
| Коефіцієнт швидкої ліквідності              | 2,56                                   | 1,691    | 0,228    | 1,09     | 1,115    |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності           | 1,323                                  | 1,505    | 0,183    | 0,835    | 0,861    |
| Чистий оборотний капітал, тис. грн          | 181,6                                  | 128,3    | -456,7   | 22,8     | 31,5     |

Джерело: розраховано автором за: [Додатками Д-Е]

Коефіцієнт покриття (поточної ліквідності) показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань. На підприємстві коефіцієнт покриття переважає 1, а за 2014 рік навіть склав 2,56, тому можна говорити, що структура балансу є задовільною, підприємство платоспроможне, йому цілком вистачає ресурсів для погашення поточних зобов'язань.

Коефіцієнт швидкої ліквідності відображає платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами. Коефіцієнт швидкої ліквідності – цей показник перевищує нормативне значення [2]. У 2014- 2015 рр. цей показник зменшився на 0,856. У 2016 році відбувся різкий спад показника на 1,463, порівняно з 2015 роком, тому підприємству потрібно було працювати над збільшенням високоліквідних активів і зниженням суми поточних активів. У 2017-2018 роках показник піднявся і став перевищувати нормативний показник, але так як підприємство спеціалізується на наданні послуг за готівку, без використання комерційних кредитів, то воно залишатиметься платоспроможним при відносно низькому значенні швидкої ліквідності.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності – цей показник у 2014-2015 роках залишався відносно стабільним, але у 2016 вже спостерігаємо різке зменшення на 1,322 що свідчить про довгострокову дебіторську заборгованість, яка сформувалася підчас роботи підприємства у цей період. У 2017-2018 коефіцієнт поступово зростає, таким чином зменшується термін погашення дебіторської заборгованості.

Впродовж 2014-2015 років підприємство мало в наявності чистий капітал, таким чином було спроможне сплачувати свої поточні зобов'язання, але в 2016 році зафіксовано від'ємне значення, що свідчить про тимчасову неспроможність підприємства виконувати свої короткострокові зобов'язання, виник технічний дефолт. У 2017-2018 роках підприємству вдалося побороти дефолт та почати отримувати незначну суму чистого прибутку.

Ще одним критерієм для аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” виступає платоспроможність підприємства. Платоспроможність – це можливість підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання. При дослідженні поточної платоспроможності порівнюються суми платіжних засобів підприємства і строкові зобов'язання. Якщо коефіцієнт платоспроможності дорівнює або перевищує одиницю, це означає, що суб'єкт платоспроможний [21].

Для розрахунку коефіцієнта платоспроможності застосовують формулу 1.5:

$$K_{\text{п}} = \frac{\Pi_1}{B_{\text{п}}}, \text{ де} \quad (1.5)$$

$K_{\text{п}}$  – це коефіцієнт платоспроможності;

$\Pi_1$  – це кількість пасивів за розділом 1;

$B_{\text{п}}$  – це баланс пасивів.

Приклад розрахунку:  $K_{\text{п} 2015} = 240,4/460,9 = 0,52$  тис. грн.

Коефіцієнт фінансування розраховується за формулою 1.6:

$$K_{\text{ф}} = \frac{D_3 + U_{\text{рз}}}{\Pi_1}, \text{ де} \quad (1.6)$$

$K_{\text{ф}}$  – це коефіцієнт фінансування;

$D_3$  – це довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і забезпечення;

$U_{\text{рз}}$  – це усього за розділом 3.

Наведемо приклад розрахунку коефіцієнта.  $K_{\text{ф} 2015} = (35,2+185,5)/240,2 = 0,918$  тис. грн.

Для аналізу платоспроможності також слід розраховувати коефіцієнт забезпечення власними оборотними активами, який вираховується за формулою 1.7:

$$K_{\text{звз}} = \frac{U_{\text{оа2}} - U_{\text{рз}}}{U_{\text{оа2}}}, \text{ де} \quad (1.7)$$

$K_{\text{звз}}$  – це коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами;

$U_{\text{оа2}}$  – це кількість оборотних активів за розділом 2.

$K_{\text{звз} 2015} = (313,8-185,5)/ 313,8 = 0,408$  тис. грн.

Останнім показником для оцінки рентабельності виступає коефіцієнт маневреності власного капіталу, який розраховується за формулою 1.8:

$$K_{\text{мвк}} = \frac{U_{\text{оа2}} - U_{\text{рз}}}{\Pi_1}, \text{ де} \quad (1.8)$$

$K_{\text{мвк}}$  – це маневреності власного капіталу.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу для ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” складає:  $K_{\text{мвк} 2015} = (313,8-185,5)/240,2 = 0,534$  тис. грн.

Зведемо отримані показники по ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” у табл. 1.4:

Таблиця 1.4

**Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства**

| Показники фінансового стану підприємства                       | Значення для підприємства на 31.12. за: |          |          |          |          |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
|                                                                | 2014 рік                                | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік |
| Коефіцієнт платоспроможності (автономії, фінансової стійкості) | 0,559                                   | 0,521    | 1,232    | 1,266    | 1,244    |
| Коефіцієнт фінансування                                        | 0,786                                   | 0,918    | 1,811    | 0,513    | 0,595    |
| Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами         | 0,609                                   | 0,408    | -0,343   | 0,104    | 0,127    |
| Коефіцієнт маневреності власного капіталу                      | 1,04                                    | 0,534    | -1,386   | 0,057    | 0,02     |

*Джерело: розраховано автором за: [Додатками Д-Е]*

Фінансова автономія від зовнішніх джерел є високою упродовж усього наведеного звітного періоду, у 2014-2015 рр., показник був трохи нижчим ніж надалі, але все рівно 2014-2015 рр., перевищував нормативне значення (норматив  $> 0,5$ ), тобто підприємство є майже 100%-во фінансово автономним, незалежним від зовнішнього фінансування.

Коефіцієнт фінансування за період 2014-2016 мав тенденцію до постійного зростання, а в період 2017-2018 показники знизилися через брак власних джерел фінансування. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами показує низьку забезпеченість підприємства власними оборотними засобами, а у 2016 році взагалі їх відсутність через технічний дефолт підприємства. Коефіцієнт маневреності власного капіталу підприємства незначний та має тенденцію до зменшення.

Також буде доцільним оцінити показники ділової активності підприємства. Ділова активність — це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства, а тому визначається системою таких критеріїв, як місце підприємства на ринку конкретних товарів, географія ділових відносин, репутація підприємства як партнера, активність інноваційно-інвестиційної діяльності, конкурентоспроможність. Таким чином, ділова активність може характеризуватись динамікою показників ефективності виробничо-господарської

діяльності в цілому. Позитивна динаміка цих показників сприятиме зміцненню фінансового стану підприємства [22]. Розглянемо показники у табл. 1.5:

Таблиця 1.5

### Динаміка ділової активності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

| Показники фінансового стану підприємства               | Значення для підприємства на 31.12. за : |          |          |          |          |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
|                                                        | 2014 рік                                 | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік |
| Коефіцієнт оборотності активів                         | 5,489                                    | 2,418    | 7,548    | 11,355   | 5,464    |
| Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості     | 12,008                                   | 53,883   | 105,112  | 60,027   | 68,132   |
| Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості    | 7,35                                     | 39,185   | 21,457   | 9,188    | 14,917   |
| Строк погашення дебіторської заборгованості, днів      | 29,978                                   | 0,0185   | 3,424    | 13,33    | 25,57    |
| Строк погашення кредиторської заборгованості, днів     | 48,976                                   | 9,187    | 16,777   | 0,108    | 12,48    |
| Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів            | 299,6                                    | 2101,6   | 332,816  | 511,25   | 424,3    |
| Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача) | 248                                      | 38,121   | 10,823   | 11,338   | 11,048   |
| Коефіцієнт оборотності власного капіталу               | 9,806                                    | 21,997   | 0,0035   | 9,05     | 8,684    |

Джерело: розраховано автором за: [Додатками Д-Е]

Важливою умовою для аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ "ВОРЛДСУРРОГАСІ" також є аналіз рентабельності підприємства, наведеного у табл. 1.6:

Таблиця 1.6

### Аналіз рентабельності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

| Показники фінансового стану підприємства    | Значення для підприємства за |          |          |          |          |
|---------------------------------------------|------------------------------|----------|----------|----------|----------|
|                                             | 2014 рік                     | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік |
| Коефіцієнт рентабельності активів           | 1,119                        | 0,169    | 1,564    | 2,332    | 1,802    |
| Коефіцієнт рентабельності власного капіталу | 2,0                          | 0,316    | 2,0      | 1,859    | 1,431    |
| Коефіцієнт рентабельності діяльності        | 0,203                        | 0,014    | 0,02     | 0,2      | 0,164    |
| Коефіцієнт рентабельності продукції         | 0,43                         | 0,122    | 0,3      | 0,296    | 0,294    |

Джерело: розраховано автором за: [Додатками Д-Е]

Позитивним показником рентабельності можна вважати його щорічне

збільшення. З отриманих результатів помітно, що не завжди цей показник може зростати, але частіше трапляється навпаки, або показники виявляються доволі нестабільними, тому компанії потрібно працювати над даним фактором, щоб створювати необхідний прибуток.

## **1.2 Аналіз міжнародної економічної діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”**

“ВОРЛДСУРРОГАСІ” – це українська компанія, центральний офіс якої знаходиться у Києві, колектив формують люди з досвідом роботи близько 6 років у сфері сурогатного материнства із результатом народження більше ніж 300 дітей. Агенція працює у 4 країнах: Україні, Росії, Греції і США, та лише з найкращими репродуктивними клініками у цих країнах, які мають найсучасніші технології за доступними цінами, завжди дотримуються принципу конфіденційності, щоб пацієнт почував себе комфортно протягом всього часу [5].

Для оцінки економічної діяльності суб'єкта міжнародного бізнесу потрібно врахувати, що глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції, які відбуваються в результаті стрімких темпів науково-технічного прогресу, активізації інноваційних процесів, вимагають нових підходів до соціально-економічного розвитку України. Використання бренду як інструменту економічного розвитку різних об'єктів на всіх рівнях ієрархії національної економіки концептуально розглянуто у [26]. Враховуючи, що національний бренд країни посилює ефективність брендів товарів та послуг. С. Анхольт визначає брендинг країни як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. Бренд країни являє собою ту асоціативну модель, яка містить свідомість індивіда (як мешканця цієї країни, так і громадянина іншої) та до якої він апелює, почувши назву країни [23]. Автори доводять необхідність інтеграції всіх форм бренду, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності кожного.

Важливим напрямом використання брендингу, як інструменту економічного розвитку, є його застосування щодо товарів та послуг. Світовий досвід

демонструє вагомі економічні результати в цьому напрямку, адже конкуренція на світовому ринку товарів і послуг здійснюється саме між брендами товарів та послуг. Разом з тим, брендування в сфері послуг має специфіку, яка полягає у виборі об'єктом брендування не власне послугу, а компанію, що її надає. Ця специфіка пов'язана із відсутністю матеріальної форми самої послуги. Це стосується переліку послуг: фінансових, туристичних, телекомунікаційних, будівельних, освітніх, торговельних, медичних тощо.

Бренд компанії стає ключовим джерелом, яким керується споживач при виборі та купівлі товару чи послуги, в нашому випадку це може бути компанія чи клініка яка надає послуги з репродуктивної медицини. З розвитком ринку даного виду послуг з'являється все більше зацікавлених клієнтів, що сприяє формуванню та реалізації певних стратегій брендингу медичних закладів для просування їх послуг. Щоб зацікавити покупця придбати послуги саме певної компанії вона вдається до ряду аналітико-дослідницьких дій пов'язаних з дослідженням ринку послуг конкурентів, після цього етапу компанія починає проектно-організаційну діяльність, яка у випадку сурогатного материнства може проявлятися у найдешевшій ціні запропонованого контракту, в порівнянні з компаніями-конкурентами чи наданню особливих видів послуг.

Наведемо перелік послуг та переваг які мають клієнти “ВОРЛДСУРРОГАСІ” порівняно з іншими агенціями.

#### Послуги:

- ✓ особистий супровід впродовж подорожей;
- ✓ кожному клієнту надається особистий менеджер який слідкує за процесом та інформує щодо кожного етапу програми;
- ✓ забезпечення проживання (індивідуальні апартаменти);
- ✓ забезпечення харчування;
- ✓ мобільний телефон з сім картою, для підтримання контакту та зручного спілкування на території України;
- ✓ переклад документів/довідок;

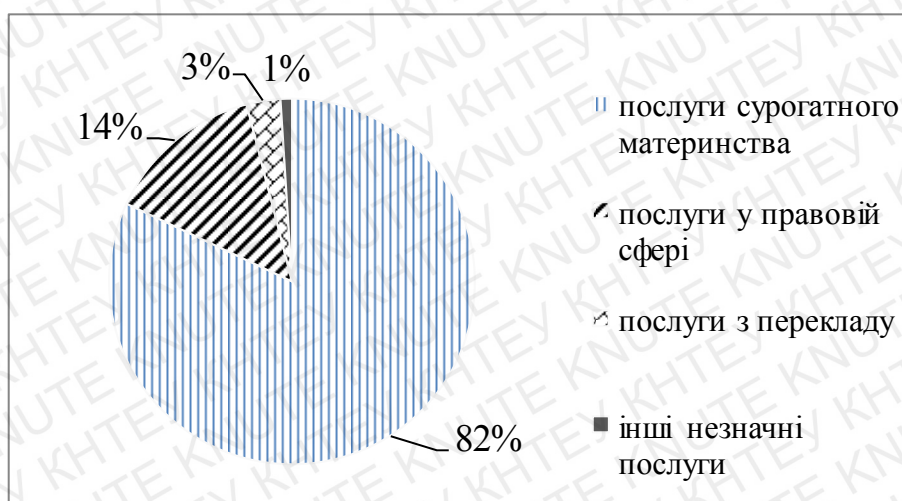
- ✓ замороження та збереження пуповинної крові дитини/дітей протягом 20 років у одному із закордонних біобанків;
- ✓ педіатр на дому;
- ✓ оренда коляски;
- ✓ проведення тесту ДНК.

Беручи відсоткове співвідношення вищенаведених послуг можна сказати, що 50% послуг надаються впродовж усього процесу, 20% під час першого візиту, а інші 30% вже під час завершальної поїздки.

Серед головних переваг компанії можна виділити наступні:

- ✓ гарантія успіху, або повернення коштів (якщо впродовж 30 місяців клієнтам не вдається стати батьками, компанія повертає всі інвестовані кошти);
- ✓ співпраця з власною клінікою компанії;
- ✓ різногалузовість діяльності (правова та перекладацька допомога в тому числі).

Компанія “ВОРЛДСУРРОГАСІ” спеціалізується не лише на наданні послуг сурогатного материнства, а також є адвокатською конторою, яка працює згідно всім законам та нормативним документам. Враховуючи факт того, що більшість клієнтів іноземці підприємство надає послуги з перекладу. Структура всіх послуг, що надає підприємство, представлена на рис. 1.1:



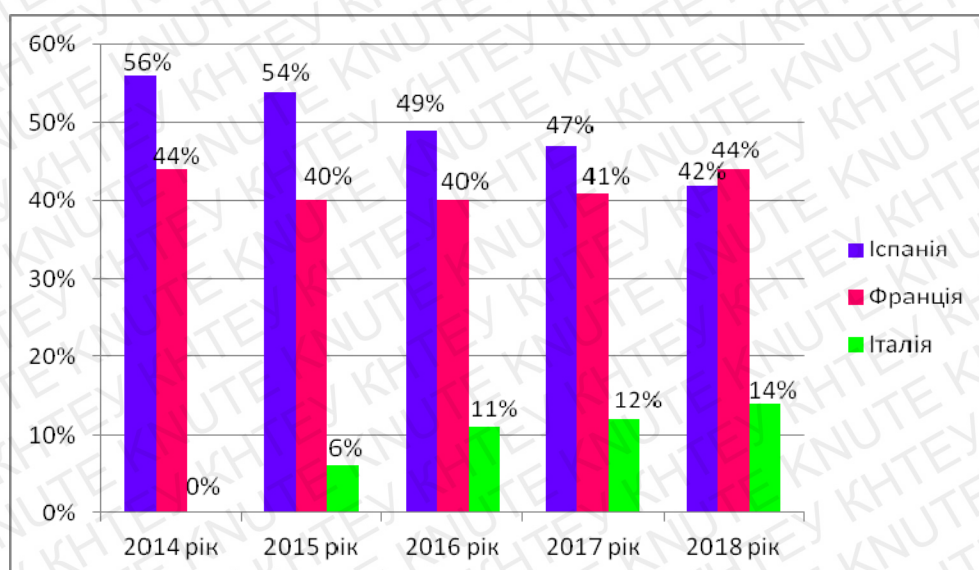
**Рис. 1.1 - Структура послуг ТОВ «ВОРЛДСУРРОГАСІ» в 2018 р.**

*Джерело: складено автором за [5]*

З рисунку ми бачимо, що головна сфера діяльності компанії це – сурогатне материнство, яке становить найбільшу частку – 82%, також інші 18% приносять непоганий заробіток підприємству, так як послуги з перекладу та юриспруденції тісно пов'язані з сурогатним материнством, адже потрібно діяти в рамках закону та робити всі необхідно нотаріально-завірені переклади для клінік, якщо мова йде про клієнтів-іноземців.

Сурогатне материнство – це одна з нових галузей у сфері медичних послуг, яка набуває популярності серед пар, які не можуть мати дітей природнім шляхом. За останні роки на території України такі послуги стають популярними, як для іноземців, так і для громадян країни. Безпліддя, як медична проблема, стала основою для виникнення нових економічних послуг, що сприяло початку брендування та популяризації компаній та клінік, які готові надавати послуги сурогатних матерів чи донорів яйцеклітин [7].

ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” – надає послуги іноземцям з таких країн як: Іспанія, Франція та Італія, адже згідно законодавству згаданих країн сурогатне материнство на їх території заборонене у будь-яких проявах. Відсоткове співвідношення звернення іноземців до нашої компанії продемонстровано на рис. 1.2:



**Рис. 1.2 - Динаміка географічної структури ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” європейськими країнами в 2014 -2018 рр.**

*Джерело: складено автором за: [5]*

З вищенаведених даних можемо проаналізувати відсоток звернення іноземців до послуг сурогатного материнства. До 2017 року лідером із залучення найбільшої кількості іноземних клієнтів була Іспанія, так за 2017 відсоток клієнтів складав 47%, 2018 року показники знизились до 42% через зміни у іспанському законодавстві, та страх пар починати процес враховуючи ускладнений фактор повернення батьків з дитиною додому. Натомість французьких клієнтів побільшало на 3%. Італія за своєю географічною територію менша ніж її країни-сусідки, тому відсоток клієнтів не дуже конкурентоспроможний з Іспанією та Францією, але тим не менш, демонструє приріст.

Для роботи з такою кількістю клієнтів підприємство співпрацює з українськими клініками репродуктивної медицини, адже одна не в силах осилити великий потік клієнтів-пацієнтів.

Фінансові результати вітчизняних медичних закладів щодо послуг сурогатного материнства сильно відрізняються, що видно із табл. 1.7:

*Таблиця 1.7*

**Дохід найпопулярніших закладів з репродуктивної медицини за 2016-2017 р.**

| №  | Репродуктивні медичні компанії                         | Чистий дохід, млн грн |         | Чистий прибуток, млн грн |        |
|----|--------------------------------------------------------|-----------------------|---------|--------------------------|--------|
|    |                                                        | 2016                  | 2017    | 2016                     | 2017   |
| 1  | Ісіда                                                  | 131,489               | 123,311 | -12,793                  | -2,676 |
| 2  | Мати та дитина                                         | 41,161                | 77,283  | 1,045                    | -4,208 |
| 3  | Надія                                                  | 55,205                | 64,766  | 0,989                    | 1,642  |
| 4  | Інститут репродуктивної медицини                       | 26,196                | 30,353  | 2,260                    | 1,573  |
| 5  | Клініка репродуктивної медицини ім. Академіка Грищенко | 7,373                 | 12,037  | 1,399                    | 1,117  |
| 6  | Клініка генетики репродукції "Вікторія"                | 8,519                 | 11,094  | 0,362                    | 0,157  |
| 7  | Медичний центр материнства і дитинства                 | 24,200                | 9,538   | 0,851                    | 0,831  |
| 8  | Сана-Мед                                               | 4,926                 | 4,952   | 1,256                    | -0,510 |
| 9  | Клініка репродукції людини "Альтернатива"              | 1,635                 | 3,241   | 0,088                    | 0,127  |
| 10 | Біотекском                                             | 1,665                 | 2,524   | 0,033                    | -0,004 |

*Джерело: складено за [13]*

ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” підтримує співпрацю з клінікою “Надія”, яка демонструє відносно високі показники чистого доходу та прибутку. Крім того, підприємство демонструє найвищі показники вдалих спроб надання послуг: 7 з 10. Також з 2017 року компанія розпочала співпрацю з новим репродуктивним закладом “Натівіта”, де результати успішності складає 8 з 10. Також в 2017 році “ВОРЛДСУРРОГАСІ” з іспанською агенцією “Gestlife” інвестують капітал в будівництво та оснащення спільної незалежної клініки “Interfiv”. За інсайдерським аналізом роботи підприємства, в порівнянні з іншими клініками встановлено, що на даному етапі даній клініці потрібно працювати над удосконаленням ефективності праці, адже співвідношення результативності становить 1 до 10, що не є задовільним показником, та створює негативний імідж, як для самої клініки так і для компанії.

### **Висновки за розділом 1**

Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки:

Активи компанії мають позитивну тенденцію приросту, що позитивно впливає на безперервність виробничого і збутового процесу. Так показник у 2018 році збільшився на 8,05% порівняно з 2017 роком.

Пасиви підприємства накопичуються, що демонструє позитивну тенденцію до стійкості підприємства. У 2018 році спостерігається приріст показника на 4,95% порівняно із їх загальною вартістю в 312,8 тис. грн. на 2017 рік.

У 2014-2015 роках коефіцієнт абсолютної ліквідності тримався на однаковому рівні, у 2016 році показник знизився до 0,18, а вже за 2017-2018 роки він поступово зростає, таким чином зменшується термін погашення дебіторської заборгованості, баланс підприємства є доволі ліквідним; структура балансу є задовільною.

Коефіцієнт платоспроможності демонструє фінансову автономію від зовнішніх джерел є високою упродовж усього наведеного звітного періоду, у 2014-2015 рр., показник був трохи нижчим ніж надалі ( $\pm 0,5$ ), але все рівно

перевищував нормативне значення (норматив  $> 0,5$ ), тобто підприємство є майже 100%-во фінансово можна вважати автономним, незалежним від зовнішнього фінансування.

Аналіз ділової активності підприємства показав, що підприємство платоспроможне, конкурентоспроможне, зобов'язання виконуються вчасно та у повній мірі.

Аналіз рентабельності підприємства показав, що підприємство не повною мірою є рентабельними згідно всіх статей балансу.

Важливим здобутком є використання підприємством певних видів послуг, що вирізняє його серед інших, та посилює конкурентоспроможність. ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” – надає послуги іноземцям з таких країн як: Іспанія, Франція та Італія. У відсотковому співвідношенні 46% займають клієнт з Іспанії, з Франції 40%, з Італії 14%

Для залучення нових клієнтів підприємство вдається до стратегій брендингу, які допомагають покращити роботу підприємства та підсилити позиції на фінансовому ринку України.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

### 2.1. Оцінка сприятливості умов міжнародної підприємницької діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

Після дослідження економічної діяльності підприємства доцільним є аналіз комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників, які впливають на розвиток підприємства за допомогою SWOT-аналізу.

Головною метою проведення SWOT-аналізу є отримання достовірних даних про можливості підприємства і загрози просування його на ринку товарів і послуг. Проаналізуємо особливості компанії у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

#### SWOT-аналіз ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

| Внутрішні фактори                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Зовнішні фактори                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- нові технології</li> <li>- популярність замінного материнства</li> <li>- досвід</li> <li>- відмінне надання послуг клієнтам</li> <li>- перевищення домовленостей встановлених в контракті на користь клієнта</li> <li>- розпізнання бренда компанії за межами країни</li> <li>- маркетингова активність</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- додаткові послуги</li> <li>- хороша репутація</li> <li>- вигідне географічне розташування</li> <li>- стабільність цін</li> <li>- зменшення вимог для сурогатних матерів та донорів</li> <li>- збільшення народжуваності шляхом зацікавленості жінки програмою через збільшення фінальної виплати</li> <li>- відкриття ще однієї клініки</li> </ul> |
| Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостатнє співвідношення кількості сурогатних мам на кількість клієнтів</li> <li>- відхилення від зазначених термінів очікування</li> <li>- низька маркетингова активність</li> <li>- цінова політика послуг</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- зміни у законодавстві, що забороняють діяльності у сфері сурогатного материнства</li> <li>- зниження кількості клієнтів</li> <li>- зріст конкуренції у сфері послуг</li> <li>- зменшення народжуваності (невиконання контракта) у зв'язку з відсутністю сурогатних мам</li> </ul>                                                                  |

*Джерело: складено автором*

Компанія має низку сильних сторін та можливостей. Її сильні сторони можуть поступово сприяти втіленню можливостей. Щодо слабких сторін та

загроз, наведені фактор значною мірою відображаються на репутації підприємства, та можуть спричинити складнощі у роботі, тому для уникнення даних проблем компанії слід працювати над розробкою бренд-стратегії.

Бренд компанії стає ключовим джерелом, яким керується споживач при виборі та купівлі товару чи послуги, в нашому випадку це може бути компанія чи клініка яка надає послуги з репродуктивної медицини. З розвитком ринку даного виду послуг з'являється все більше зацікавлених клієнтів, що сприяє формуванню та реалізації певних стратегій брендингу медичних закладів для просування їх послуг. Щоб зацікавити покупця придбати послуги саме певної компанії вона вдається до ряду аналітико-дослідницьких дій пов'язаних з дослідженням ринку послуг конкурентів, після цього етапу компанія починає проектно-організаційну діяльність, яка у випадку сурогатного материнства може проявлятися у найдешевшій ціні запропонованого контракту, в порівнянні з компаніями-конкурентами чи надання особливих видів послуг. Завдяки успішному укоріненню компанії чи клініки на ринку в подальшому може відбуватися її розширення. Наприклад, відкриватимуться нові філіали в інших містах, регіонах чи країнах, що сприяє зародженню бізнесу вже на міжнародному рівні. Таким чином, безліч компаній, що надають послуги сурогатного материнства іноземцям мають свої філіали й в Україні, адже в нас найбільш сприятливі умови для даного бізнесу.

Сурогатне материнство в Україні має понад 25-річну історію. Процедура сурогатного материнства успішно проводиться як на комерційній, так і на безоплатній основі. Але незважаючи на досить успішну практику залишається багато дискусійних питань, що потребують дослідження та пошуку вирішення. Одним з основних питань, яке стосується сурогатного материнства, є його правове регулювання. Україна – одна з країн, яка досить лояльно ставиться до сурогатного материнства. Так, наприклад, в Австрії, Франції, Італії, Німеччині, сурогатне материнство взагалі заборонено законом. В деяких країнах (Греція, Іспанія) дозволено лише некомерційне сурогатне материнство [16]. Проте лояльність, як часто в нас буває, переростає в безконтрольність. Так, сурогатне

материнство дозволено, але ні єдиного нормативно-правового акта, ні чітких механізмів реалізації, ні навіть єдиного розуміння, що ж таке сурогатне материнство з правової точки зору, немає.

На сьогодні сурогатне материнство в Україні, по суті, регулюється лише однією статтею, а точніше частиною статті. Йдеться про ч. 2 ст. 123 Сімейного кодексу України, в якій вказано, що «у разі перенесення в організм іншої жінки ембріона людини, зачатого подружжям (чоловіком та жінкою) в результаті застосування допоміжних репродуктивних технологій, батьками дитини є подружжя» [14]. Крім цього, існує Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 квітня 2006 р. № 244-р «Про схвалення Концепції Державної програми «Репродуктивне здоров'я нації на 2006-2015 роки»» [12] та наказ Міністерства охорони здоров'я України від 23 груд. 2008 р. № 771 «Про затвердження інструкції про порядок застосування допоміжних репродуктивних технологій» [11]. Останні два нормативно-правових документи спрямовані переважно на врегулювання проблеми народжуваності в країні, а не на регулювання процедури сурогатного материнства.

Сурогатне материнство – це допоміжна репродуктивна технологія, при застосуванні якої жінка добровільно погоджується завагітніти з метою виносити і народити біологічно чужу їй дитину, яка буде потім віддана на виховання іншим особам — генетичним батькам. Вони і будуть юридично вважатися батьками даної дитини, попри те, що її виносила і народила сурогатна мати.

Існує два типи сурогатного материнства:

- Найбільш розповсюджений – це запліднення ін-вітро (ЗІВ), або екстракорпоральне запліднення (ЕКЗ), при якому здійснюється запліднення сурогатної матері використовуючи яйцеклітини потенційної матері чи донорські.
- Традиційне сурогатне материнство означає вагітність сурогатної матері за допомогою власної яйцеклітини, таким чином виносивши плід жінка стає генетичною матір'ю дитини [17].

Практика комерційного сурогатного материнства на міжнародному рівні розпочалась коли британські вчені-фізіологи Роберт Едвардс та Патрік Степто,

розробили технологію штучного запліднення, яка допомогла в боротьбі з безплідністю. Завдяки їй у 1978 році на світ з'явилась перша дитина, Луїза Джой Браун, народжена завдяки техніці ін-вітро (ЗІВ) у місті Олдем в Англії [24, с.7].

В США перша скоординована програма традиційного сурогатного материнства була успішно реалізована 1980 р. за сприяння заснованої за рік до цього доктором Р. М. Левіним компанії Surrogate Parenting Associates, Inc. у Луїсвіллі. Процес обстежень і узгоджень всіляких юридичних документів перед початком програми затягнувся на довгих дев'ять місяців, але сама вагітність настала з першої спроби і завершилася народженням здорового хлопчика. Через п'ять днів після пологів сурогатна мати відмовилася в місцевому суді від прав на народжену нею дитину на користь біологічного батька. Це, власне, і була перша заздалегідь спланована і скоординована програма традиційного сурогатного материнства у світі.

## 2.2. Обґрунтування рішення щодо вибору приймаючої країни у контексті стратегії брендингу послуг компанії з сурогатного материнства

В Україні (і одночасно на території СНД) перша програма сурогатного материнства була реалізована в 1995 р. у Харкові. Сурогатною матір'ю стала жінка, що виносила дитину своєї доньки, яка страждала від природженої відсутності матки, ставши, таким чином, і мамою і бабусею одночасно [7].

Можливості сурогатного материнства дуже обмежені в Європі, що видно із табл. 2.2:

Таблиця 2.2

### Інформація щодо юридичної забезпеченості сурогатного материнства у світі

| Країна   | Правила за якими можна звернутися до сурогатного материнства | В тому числі й іноземці | Безоплатно чи за оплату |
|----------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1        | 2                                                            | 3                       | 4                       |
| Албанія  | Немає остаточних законів                                     | +                       | На платній основі       |
| Австрія  | Повністю заборонено                                          | —                       | —                       |
| Бельгія  | Закони неудосконалені та не застосовуються                   | —                       | —                       |
| Болгарія | Повністю заборонено                                          | —                       | —                       |
| Хорватія | Повністю заборонено                                          | —                       | —                       |

Продовження таблиці 2.2

| 1              | 2                                                                              | 3 | 4                 |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------|---|-------------------|
| Кіпр           | Немає остаточних законів                                                       | – | –                 |
| Чехія          | Закони неудосконалені та не застосовуються                                     | – | –                 |
| Данія          | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Естонія        | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Фінляндія      | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Франція        | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Німеччина      | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Грузія         | Гетеросексуальні пари, в тому числі іноземці                                   | + | На платній основі |
| Греція         | Гетеросексуальні пари, одинокі жінки, в тому числі іноземці                    | + | Безоплатно        |
| Угорщина       | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Ірландія       | Закони неудосконалені та не застосовуються, але знаходяться на стадії розробки | – | –                 |
| Італія         | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Латвія         | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Литва          | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Люксембург     | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Мальта         | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Нідерланди     | Закони неудосконалені та не застосовуються                                     | – | Безоплатно        |
| Норвегія       | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Польща         | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Португалія     | Гетеросексуальні пари по медичним показникам                                   | – | Безоплатно        |
| Румунія        | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Росія          | Дозволено для громадян країн та іноземців                                      | + | На платній основі |
| Словаччина     | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Словенія       | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Іспанія        | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Швеція         | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Швейцарія      | Повністю заборонено                                                            | – | –                 |
| Великобританія | Дозволено лише для громадян Великобританії                                     | – | Безкоштовно       |
| Україна        | Гетеросексуальні пари, в тому числі іноземці                                   | + | На платній основі |

Джерело: складено за [17]

Про це свідчать дані, надані Євроноюз некомерційної австралійської організації Families Through Surrogacy (“Сім’ї за сурогатне материнство”), яка консультує пар, які хочуть звернутися до послуг сурогатного материнства. Італія, Іспанія, Франція, Німеччина – це одні з тих країн, в яких сурогатне материнство законодавчо заборонено.

В Ірландії, Нідерландах, Бельгії та Чехії існуюче законодавство не працює або ж не має достатнього авторитету для виконання, що фактично означає відсутність законів, які визнають сурогатне материнство. Не існує прописаних норм, які б визнавали сурогатне материнство, таким чином, немає жодного способу довести батьківство пари, яка його вимагатиме. "В цих країнах немає законної процедури для передачі батьківських прав від сурогатної матері іншим

батькам”, - пояснює представник НПО “Сім’ї за сурогатне материнство”.

У Великобританії сурогатне материнство легалізоване для громадян країн, якщо воно матиме альтруїстичний характер, в Португалії також дозволена така форма замінного материнства, але лише в тому випадку, якщо гетеросексуальна пара не може мати дітей за медичними показниками.

В Україні та Росії закон щодо сурогатного материнства більш гнучкий ніж у країнах Європи, це й дозволяє бездітним парам, в тому числі й іноземцям, оплачувати без проблем послуги сурогатного материнства [17].

Засновник консультативної фірми *Sensible Surrogacy*, Біл Гоутон, у інтерв’ю для Європ’юзу стверджував, що не зважаючи на обмеження у законодавстві, сурогатне материнство стає все більш «популярним». Серед європейських пар з якими співпрацює *Sensible Surrogacy* більшість з них з Великобританії, Ірландії, Франції, Німеччини та Швеції. «Приблизно з них 50% це гетеро пари та 50% гомосексуали» - цитує Біл Гоутон [17].

Нещодавнє дослідження проведене НПО “Сім’ї за сурогатне материнство” показало, що в Європі до послуг сурогатного материнства найчастіше звертаються норвежці, за ними не відстають й іспанці.

Індія, Непал та Таїланд – це країни, які традиційно надавали послуги сурогатного материнства, але через повідомлення про експлуатацію жінок цей ринок в даних країнах закритий. Протягом 30 років Індія вважалась однією з передових країн у сфері надання послуг сурогатного материнства, завдяки цьому щорічний дохід країни становив приблизно 445 млн дол. США [25, с. 687]. Після заборони сурогатного материнства в Таїланді та Індії, які до недавнього часу були основними центрами надання таких видів послуг у світі, увага іноземців «переключилась» на Бельгію, Фінляндію, Гватемалу, Грецію та Україну, адже в наведених країнах ця процедура мінімально регулюється на законодавчому рівні.

Гоутон зазначив, що більшість європейців надають перевагу послугам сурогатного материнства в Україні, ніж у Сполучених Штатах, тому що в Україні ціна таких послуг складає приблизно 50.000 доларів (43.970 євро), на противагу 100 тис. дол. в США. Також ринок сурогатного материнства розвивається в Кенії,

там ціна становить від 40.000 до 45.000 доларів (34.370 євро та 38.670 євро), хоча й не існує жодного законодавчого акту, який би регулював подальший процес усиновлення [17].

Не дивлячись на відсутність офіційної статистики, спеціалісти стверджують, що кількість сурогатних вагітностей в Україні становить до 500 на рік. За прогнозами спеціалістів ця цифра буде зростати через декілька причин: по-перше, законодавство нашої країни дуже лояльне, до тих людей які хочуть стати батьками в такий спосіб. По-друге послуга сурогатного материнства тут набагато дешевша ніж, наприклад, в США. По-третє, фінансове становище деяких українських жінок змушує їх наважитись на це. В різних клініках вони можуть отримати гонорар від 5-ти до 13-ти тис. дол. США.

В Україні репродуктологія вважається другою сферою за своєю популярністю після стоматології. За даними компанії “МедЕксперт”, в 2016 році в Україні було розпочато 16 110 репродуктивних циклів, велика частина яких оплачена пацієнтами (державна програма лікування безпліддя покриває витрати лише 650 пар, і в 2016-му було виділено лише 6,5 млн грн на проходження ними одного циклу). Через певні події в Україні (окупації Криму та військові дії на Донбасі), які налякали багатьох іноземних пацієнтів вітчизняних медичних компаній репродуктивної медицини, за підсумками 2016 року кількість циклів скоротилося до 12,6 тис. Як результат, за оцінками “МедЕксперт”, обсяг ринку скоротився до 250 млн грн.

Стрімкий розвиток сфери репродуктивної медицини в Україні розпочалося в середині 2000-х. У 2004 році співвласники клініки “Ісіда” (створеної в 1992-му в Донецьку) В. Козін та І. Матвієць відкрили в Києві перший приватний пологовий будинок з відділеннями ДРТ, гінекології, педіатрії і стаціонаром. Інвестиції в проект склали 7 млн дол. США. Бізнес розвивався стрімко, і вже в 2010 році “Ісіда”, за оцінками В. Козіна, займала 30% ринку репродуктивної медицини України, а її виручка за підсумками року склала 12,5 млн дол. США. Не дивно, що саме “Ісіда” стала першою українською приватною клінікою, що зацікавила західних інвесторів. У 2011 році 76% частка в клініці була продана

інвестиційному фонду Advent International за 40 млн дол. США (в 2012 році одеську клініку Into-Sana купив російський фонд прямих інвестицій Russian Partners за 30 млн євро).

В даний час, за даними Міністерства охорони здоров'я, в Україні діє п'ять державних клінік репродуктології (одна з них знаходиться в Донецьку і на даний момент не працює), а також 39 приватних клінік. Лідирують на ринку клініки "Мати та дитина", "Імплант", "Надія", "Ісіда" та Інститут репродуктивної медицини. Крім цього, як зазначає Олена Лепешина, директор компанії "МедЕксперт", зараз на ринок медичних послуг з лікування безпліддя України виходять клініки нового формату – медичний центр виконує курс лікування пацієнтів, використовуючи ембріологічну й інші лабораторії клініки-партнера.

Одним з двигунів розвитку української репродуктології є іноземні "медичні туристи".

Найбільша кількість пацієнтів приїжджають з Ізраїлю, на другому місці - Італія. Останнім часом збільшився потік пацієнтів з Грузії та країн Кавказу. За всю історію клініки "Ісіда" там проходили лікування пацієнти з 32 країн. Безумовно, переважна частина зверталася за програмами допоміжних репродуктивних технологій.

Вартість ЕКЗ (метод лікування безпліддя, при якому окремі або всі етапи зачаття і раннього розвитку ембріонів здійснюються поза організмом жінки) в Україні варіюється від 15 до 25 тис. грн за першу спробу. У разі невдачі кожна наступна спроба буде дешевше на 1000 грн. Найчастіше клініки надають послуги пакетом з 2-3 циклів, включаючи в нього додаткові послуги, наприклад контроль вагітності. Ціна подібного пакету досягає 100 тис. грн. Якщо подружжя захоче скористатися послугою генетичного обстеження ембріона, їм доведеться доплатити ще 10 тис. грн. При цьому за останні два роки ця послуга піднялася в ціні в 2,5 рази: ще в 2012-му році ЕКО коштувало 8-10 тис. грн за першу спробу. Але, в порівнянні з аналогічними послугами в інших країнах, ціни на них в Україні низькі. Вартість ЕКО, наприклад, в США становить 80-100 тис. дол. США.

Лікування чоловічого безпліддя методом ICSI (введення сперматозоїда в цитоплазму ооцита) в середньому обійдеться в 25-30 тис. грн. Якщо необхідно додатково використовувати метод IMSI (попередній відбір морфологічно нормальних сперматозоїдів перед проведенням процедури ICSI), то пацієнту доведеться доплатити від 3 до 10 тис. грн.

За даними Української асоціації репродуктивної медицини (УАРМ), в Україні дуже висока результативність ДРТ: в середньому на 100 лікувальних циклів вдалими виходять 35%. А за даними Європейського товариства репродукції людини і ембріології (ESHRE) показник успішної народжуваності в Україні навіть вище, ніж середньоєвропейський. Так, в Україні цей показник становить 27% на кожні 100 циклів, в Європі - близько 25%.

Ще однією причиною для вибору України є те, що на Заході сфера репродуктології є забороненою та незаконною. Так, в Україні сурогатна мати (у разі ЕКО) не має права претендувати на дитину, в той час як, наприклад, у Великій Британії чи Німеччині матір'ю дитини автоматично визнається жінка яка виносила і народила цю дитину.

Історія розвитку сурогатного материнства в світі та в Україні, що наведено вище, свідчить про наявність великого попиту та досить потужної конкуренції серед медичних компаній, що обмежується національним законодавством. Саме тому, застосування брендингу, як інструменту економічного розвитку медичних компаній такого профілю, має бути доречним та ефективним.

Дана послуга має подвійне призначення для компаній які працюють на одному ринку та для “ВОРЛДСУРРОГАСІ” в тому числі, адже ми є й імпортерами й експортерами, що графічно продемонстровано на рис. 2.1.

З нижченаведених даних можна спостерігати специфіку роботи українських компаній в галузі сурогатного материнства. Імпорт компанії полягає у продажі контракту іноземцям та їх приїзд для початку процесу в Україну, а експорт реалізується після народження дитини, коли батьки повертаються на батьківщину. Таким чином плід нашої роботи стає предметом експорту, але для досягнення головної мети на території України реалізується 90% програми.



**Рис. 2.1 – Специфіка та особливості реалізації програми сурогатного материнства в Україні**

*Джерело: складено автором*

В першу чергу залежно від програми, яку обирає клієнт (з донором, чи на власних яйцеклітинах) відбувається процедура ІКСІ, згодом отриманим ембріонам проводять передімплантаційну діагностику, яка дозволена в Україні (ембріон ще до імплантації діагностують на наявність спадкових захворювань). Подібна процедура заборонена в Швейцарії, Австрії, Німеччини, Італії і лише частково дозволена у Франції і Нідерландах [13]. При майбутньому переносі використовують лише генетично здорові ембріони, також завдяки цій діагностиці можна визначити стать дитини, що додає ще більшого інтересу для іноземців, адже закордоном визначення статі до переносу ембріонів заборонене, тому вони їдуть в Україну для отримання бажаного результату. Після успішного запліднення, сурогатна матір виношує дитину протягом 9 місяців, а після пологів має надати відмови на користь генетичних батьків, на базі даних відмов, довідки про генспорідненість та тесту ДНК новонароджена дитина отримує паспорт для виїзду в країну де проживають генетичні батьки.

## Висновки за розділом 2

Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки:

Тема сурогатного материнства досить актуальна та важлива, адже послуги ДРТ приносять багатьом країнам, в тому числі й Україні, додатковий дохід, що сприяє розвитку економіки, в більшості випадків керуючись іноземними інвестиціями. Ціна таких послуг в Україні складає приблизно 50.000 доларів, у США 100.000 доларів, у Кенії від 40.000 до 45.000 доларів, а щорічні доходи Індії від надання послуг сурогатного материнства, становлять приблизно 445 млн. дол. США.

Реалії ринкових умов та розширення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання стимулюють до створення та використання оригінальних, неповторних засобів індивідуалізації як суб'єкта господарювання, так і окремих видів продуктів (послуг), які ним виробляються. В процесах глобалізації і конкуренції змінюються не лише умови економічного відтворення, технології і фактори виробництва, а змінюються і споживачі. Кількість сурогатних вагітностей в Україні становить до 500 на рік. За прогнозами спеціалістів ця цифра буде зростати через декілька причин: по-перше, законодавство нашої країни дуже лояльне, до тих людей які хочуть стати батьками в такий спосіб. По-друге послуга сурогатного материнства тут набагато дешевша ніж, наприклад, в США. По-третє, фінансове становище деяких українських жінок змушує їх наважитись на це. В різних компаніях вони можуть отримати гонорар від 5-ти до 13-ти тис. дол. США.

В Україні репродуктологія вважається другою сферою за своєю популярністю після стоматології. За даними компанії “МедЕксперт”, в 2016 році в Україні було розпочато 16 110 репродуктивних циклів, велика частина яких оплачена пацієнтами (державна програма лікування безпліддя покриває витрати лише 650 пар, і в 2016-му було виділено лише 6,5 млн грн на проходження ними одного циклу).

### **РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ**

#### **3.1. Рекомендації щодо вдосконалення міжнародної підприємницької діяльності у контексті тематики дослідження**

Зважаючи на все більшу глобалізацію світової економіки, сучасні бренди сприяють диференціації товарів та послуг, що забезпечує їм фінансовий успіх. Формування стратегії брендингу має відповідати цілям компанії на ринку та її потребам. Можна навіть спостерігати наступну тенденцію – чим більше організацій конкурують на ринку, тим менш споживачі розрізняють їх, і як наслідок цього – вимушена концентрація, злиття [1]. Бренд – це саме той інструмент, який дозволяє компаніям впевнено почувати себе на ринку, а споживачам ідентифікувати їх товари та послуги. Сучасна тенденція на сучасному світовому ринку полягає в тому, що конкурують не товари чи послуги, а бренди, які здатні задовольнити не тільки фізіологічні потреби споживачів, а й емоційні та соціальні.

У наш час бренди увійшли у буденне життя майже кожної людини, яка приймає участь у процесі купівлі та продажу товарів. Вони використовуються торговими фірмами всіх країн як засіб для ідентифікації своїх товарів та послуг. Бренди набувають глобального характеру.

Бренд, на відміну від звичайного товару, має трьох сторонній вплив на споживача, що видно із рис. 3.1

Функціональна сторона забезпечує бренду максимум корисної інформації та гарантує йому стабільну сукупність споживчих якостей. Інший критерій який впливає на вибір того чи іншого бренда це – емоційно-психологічний. У випадку компанії “ВОРЛДУРОГАССІ”, даний фактор створює стійкі, довгострокові відносини зі споживачем, що сприяє формуванню лояльності, яка проявляється у рекомендації щодо звернення за послугами компанії. Культурна складова бренду

відбиває систему цінностей, традицій та норм, які поділяють цільовий сегмент споживачів та компанія-виробник або продавець.



**Рис. 3.1 – Вплив бренду на споживача**

*Джерело: сформовано автором за [9]*

Вдале просування послуг сурогатного материнства може бути забезпечене рекламою, в т.ч. на телебаченні, адже ця тема висвітлюється як така, що несе великі моральні цінності та завдяки програмі сурогатного материнства можна допомогти іншим людям створити повноцінну сім'ю.

Бренд – це система, що пов'язує товар / послугу з його характеристиками, торгову марку, її образ у свідомості споживачів, а також концепцію виробника у відношенні до свого товару, торгові марки та споживачів [8].

Бренд - це образ, який існує у свідомості споживачів як реакція на товарний знак. Це, врешті решт, обіцянка виробника за допомогою товару постійно надавати споживачу специфічний набір якостей, цінностей та послуг. Бренд – це сутність, що постійно розвивається у часі, від марки як концепції, яка складається з відомих елементів (фірмової назви, фірмового знаку, слогану), до такої, що чітко сприймається споживачами сукупності функціональних та емоційних елементів, що єдині з самим товаром та засобом його представлення [9].

Брендинг – це наука та мистецтво створення та просування торгових марок з метою формування довгострокової переваги до них. Брендінг, з однієї сторони, тісно зв'язаний з процесами сегментування та позиціонування, а з іншої – зі створенням творчої ідеї (креативу) рекламного звернення. Мета брендингу – створення іміджу, що добре продається [9].

Брендинг – це не просто позначка на товарі, а складна стратегічна політика компанії, що спрямована на створення глобального (регіонального або національного) іміджу. Товарний знак – є основою для формування бренду, не менш важливими його складовими є маркетингова стратегія компанії, психологія її менеджменту, цілі і завдання компанії тощо. Створення бренду – тривалий творчий процес, який передбачає розробку ідеології просування бренду, його текстове та візуальне оформлення, упаковку товару, розповсюдження образів, стимулювання збуту, роботу у місцях продажу, тобто весь арсенал маркетингових засобів впливу на споживача [8].

Так як компанія “ВОРЛДСУРРОГАСІ” не має відділу маркетингу, для ефективного просування послуг підприємства їй потрібно залучити професіоналів для розробки власної бренд стратегії, оберемо, наприклад, агентство “KOLORO” та проаналізуємо перелік необхідних послуг та фінансові витрати на їх реалізацію у табл. 3.1:

Таблиця 3.1

### Послуги щодо впровадження можливих стратегій брендингу

| № | Послуга маркетингової агенції “KOLORO” | Мета послуги                                                                                                                                     | Вартість послуги тис.грн |
|---|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1 | Рекламна комунікація                   | Створення тісного контакту бренду зі споживачами, підвищення лояльності аудиторії, впізнаваності продукту і компанії, залучаючи нових споживачів | 45 000                   |
| 2 | Підкріплюючі тексти та інфографіка     | Створення певного настрою та сприйняття товару у споживача                                                                                       | 36 800                   |
| 3 | Дизайн реклами                         | Підвищити запам'ятовуваність і бажання придбати бренд                                                                                            | 36 800                   |
| 4 | POS-матеріали                          | Підвищити продажі конкретного товару або лінійки товарів в певній торговій точці                                                                 | 12 300                   |
| 5 | Розробка рекламної концепції           | Допомогти відшукати правильні і дієві інструменти завоювання клієнта, максимально ефективно розпланувати рекламний бюджет.                       | 85 800                   |
| 6 | Розробка маркетингової стратегії       | Віднайти можливості та перспективи розвитку компанії та її продуктів, визначити точки зростання                                                  | 245 100                  |

Джерело: складено автором за [15]

З вищенаведених послуг для компанії “ВОРЛДСУРРОГАСІ” буде доцільним розпочати стратегічний брендинг підприємства із розробки маркетингової стратегії та рекламної комунікації.

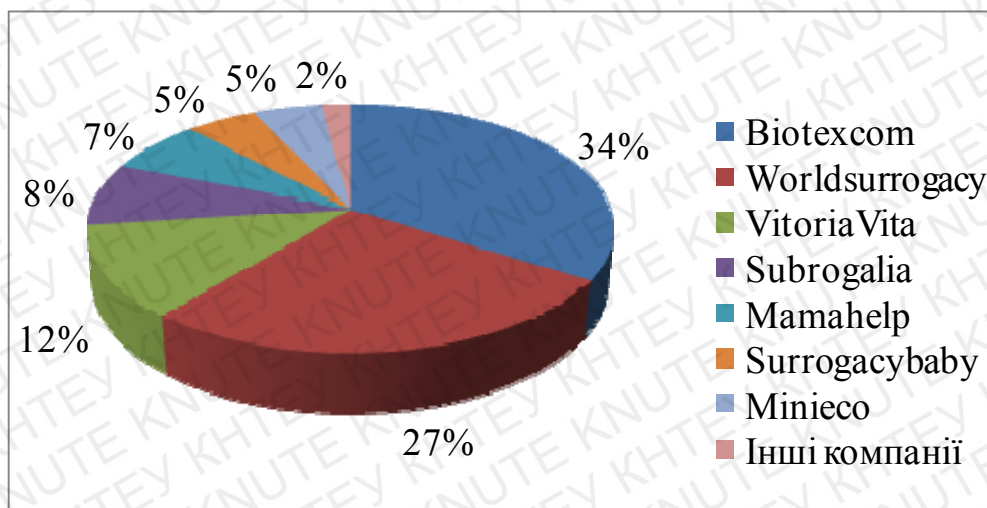
Завдяки впровадженню та застосуванню маркетингової стратегії компанія може досягти наступних результатів:

1. Зміцнити ринкові позиції.
2. Підвищити зростання частки ринку і збільшити рівень продажів.
3. Завоювати нові сегменти ринку, збільшити кількість лояльних споживачів.
4. Вийти на нові ринки і розширити географічні межі продажів.
5. Успішно вивести на ринок нові товари і послуги.

Завдяки застосуванню рекламної комунікації можна отримати комплекс робочих рекламних рішень, які створять цілісний образ бренду, сприятимуть популяризації та просуванню продукту, привернуть увагу цільової аудиторії. Як наслідок, це підвищить обсяг продажів, зміцнить позиції на ринку, призведе до зростання прибутку компанії.

Загалом для втілення вищенаведених заходів з бюджету підприємства потрібно буде виділити 290 100 тис. грн. Згідно статистики маркетингової агенції такі заходи допоможуть підвищити доходи компанії на 8,7% щомісячно [18]. Але для їх реалізації згідно останніх фінансових показників за 2018 рік, де сума чистого прибутку становила 290 600 тис. грн потрібно виділити майже весь капітал, тому раціональним буде розподілити ці витрати на 2-3 роки.

Залучення стратегічних аспектів брендингу послуг підприємства є фундаментальним, з урахуванням великої кількості компаній-конкурентів навіть у самому місті Києві, тому для підтримання конкурентоспроможності та збільшення частки ринку саме на користь ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” необхідним є застосування вищенаведених послуг. Для кращого розуміння ринку сурогатних послуг представимо його структуру на рис. 3.2:

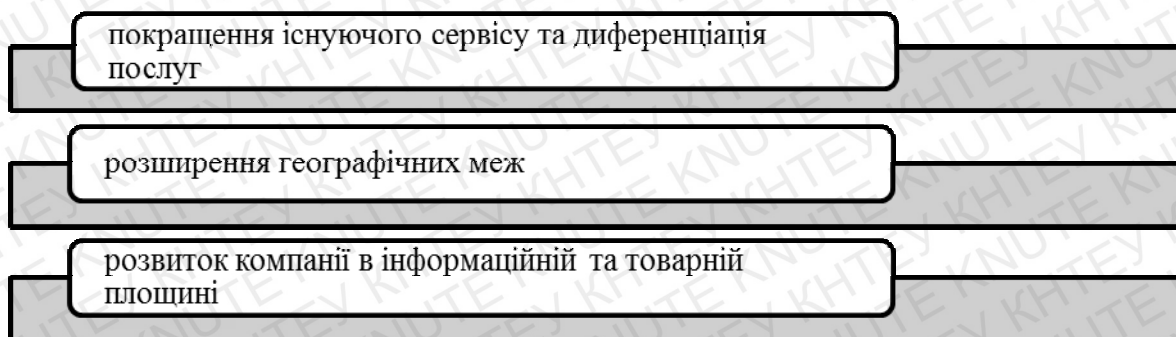


**Рис. 3. 2 – Популярні компанії сурогатного материнства у м. Києві**

*Джерело: розраховано та складено автором*

З рис. 3.2 видно, що головним конкурентом ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” є компанія “Biotexcom”, вона займає 34% ринку, різниця між компаніями складає 7%, це порівняно не високий відсоток, але його можливо скоротити завдяки застосуванню стратегій брендинг адже вони допомагають підкреслити конкурентні переваги та цінності товару, розкривають емоційну складову бренду, створюють зв'язок між послугою і споживачем, роблять образ бренду індивідуальним, не схожим на інших.

Така конкуренція потребує від ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” пошуку шляхів вдосконалення їх роботи, що за нашим задумом може реалізовуватися у 3-х головних напрямках, рис. 3.3:



**Рис. 3. 3 – Стратегічні напрями вдосконалення роботи  
ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”**

*Джерело: запропоновано автором*

У роботі вже перелічувалися послуги які виділяють компанію “ВОРЛДСУРРОГАСІ” серед конкурентів. Хоча й список цих послуг є доволі великим, для підтримання постійної конкурентоспроможності слід кожного року оновлювати та розширювати їх перелік.

На нашу думку, розширення асортименту послуг може бути здійснено за рахунок:

- Проведення екскурсії по Києву та іншим цікавим містам України,
- Надання сервісу екстреної допомоги 24/7,
- Особисте знайомство із сурогатною матір'ю пари,
- Створення програми он-лайн спілкування з клінікою та спостереження за результатами кожного проведеного етапу.

Завдяки впровадженню даних послуг можливо збільшити дохід компанії на 3% з кожного підписаного контракту з клієнтом, в свою чергу клієнт обираючи ці послуги переплачує 3% від базової вартості контракту й отримує певні переваги серед інших.

На даному етапі компанія має клієнтську базу лише з 3 європейськими країнами: Іспанія, Франція, Італія. А реалізує свої послуги на території 4-х країн: США, Росія, Греція та Україна. Вибір клієнтом країни для проходження програми залежить від матеріальних факторів, наприклад, порівнюючи Україну та США більшість європейців надають перевагу послугам сурогатного материнства в Україні, ніж у Сполучених Штатах тому, що в Україні ціна таких послуг складає приблизно 50 тис. доларів (43.970 євро), на противагу в США, вартість складає 100 тис. доларів (87.940 євро). Аналізуючи Грецію та Росію, першим фактором вибору саме цих країн є правова підтримка, адже лише в Греції дозволяється проходити процес одинокій жінці, а в Росії може реалізувати програму сурогатного материнства одинокий чоловік [17].

Компанія “ВОРЛДСУРРОГАСІ” має на меті підсилити свою позицію на ринку послуг шляхом залучення нових клієнтів. На даному етапі розпочалася підготовка до співпраці з Німеччиною та Китаєм. Вже на початок 2020 року компанія планує ініціювати перші програми для німецьких пар. Конкуренті

компанії вже довгий час співпрацюють з Китаєм та демонструють велике залучення зацікавлених клієнтів, тому для співпраці з східними клієнтами компанії в першу чергу потрібно знайти персонал, який володіє знанням мови.

Для реалізації послуг закордоном можливо розглянути Грузію, Чехію та Нідерланди, де на даний момент закони, які б підтримували чи забороняли сурогатне материнство ще у процесі розробки, тому можливо спробувати реалізуватись на комерційному ринку даних країн [17].

### 3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”

Застосовуючи стратегію брендингу ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” очікує отримати якийсь ефект. Він може бути виражений у прирості валового доходу, але може бути і так, що він зіграє лише на підтримку заданого рівня і виявиться лише способом нагадати про себе ринку і споживачам.

Визначимо ефективність впровадження системи запропонованих у попередньому підрозділі заходів.

Спочатку розглянемо напрямок покращення існуючого сервісу та диференціації послуг, що представлено у табл. 3.2:

Таблиця 3.2

#### Вартість надання послуги ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” за 2018р., євро

| Назва послуги                                                                                                | Вартість | Річний прибуток |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|
| Забезпечення проживання                                                                                      | 45       | 330 000         |
| Забезпечення харчування                                                                                      | 20       | 220 040         |
| Надання мобільного телефон з сім картою, на території України (на місяць)                                    | 15       | 85 000          |
| Переклад документів/довідок                                                                                  | +/-100   | +/-100 000      |
| Замороження та збереження пуповинної крові дитини/дітей протягом 20 років у одному із закордонних біобанків; | 2 400    | 48 000          |
| Педіатр на дому (раз в тиждень)                                                                              | 30       | 162 000         |
| Оренда коляски (за день)                                                                                     | 10       | 360             |
| Проведення тесту ДНК                                                                                         | 300      | 7 200           |

Джерело розраховано: автором за: [5]

Для розрахунку вищенаведених даних були взяті середньостатистичні

показники народжуваності дітей у компанії “ВОРЛДСУРРОГАСІ” та кількості та часу перебування клієнтів на території України. Наприклад, за період з 01.01.18 по 01.01.19 народилося 22 дитини, тому сума отримана за проведення 24-х тестів ДНК склала 7 200 євро.

У табл. 3.3 проаналізуємо економічну вигоду запровадження нових видів послуг:

Таблиця 3.3

**Прогноз доходу від надання додаткових послуг для клієнтів ТОВ  
“ВОРЛДСУРРОГАСІ” на 2020 р., євро**

| Назва послуги                           | Вартість | Майбутній прибуток |
|-----------------------------------------|----------|--------------------|
| Проведення екскурсії по місту           | 15       | 900                |
| Супровід до магазину                    | 12       | 720                |
| Сервіс екстреної допомоги 24/7          | 40       | 2 400              |
| Програма он-лайн спілкування з клінікою | 65       | 3 900              |
| Юридичний супровід до посольства        | 50       | 3 000              |

*Джерело: розраховано автором*

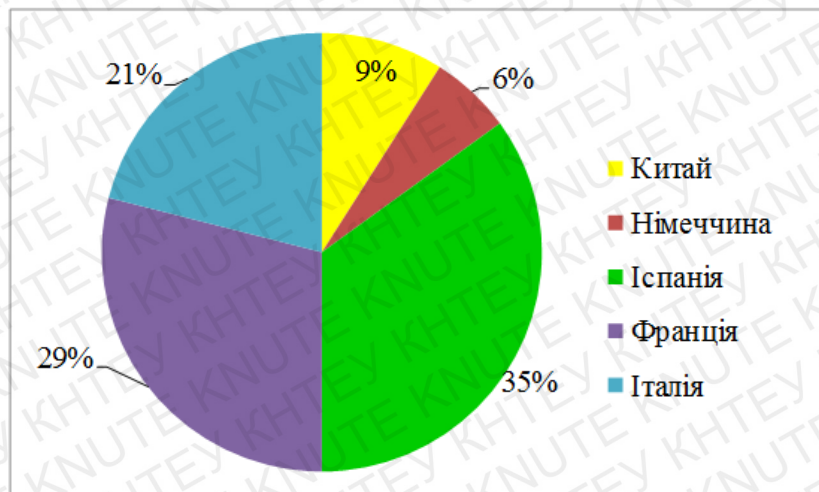
Розрахунки проведемо за оптимістичним прогнозом, за основу візьмемо кількість клієнтів на 2020 рік, що становитиме 60 пар, також припустимо, що кожна пара використає запропоновану послугу хоча б раз. Таким чином загальний додатковий річний дохід компанії становитиме 10 920 євро.

Іншим, важливим стратегічним фактором для успішної діяльності ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” є розширення географічних меж надання послуг. Компанія планує розпочати залучати клієнтів з Німеччини та Китаю, для цього працює над створенням німецького та китайського департаменту для обслуговування клієнтів. На даному етапі витрати підприємства складаються з :

- закупівля офісного обладнання для 4-х нових співробітників, на суму 42 тис. грн.
- виплаті заробітної плати, розмір якої щомісячно складатиме 15 тис. грн.

Враховуючи, що середня вартість одного контракту складає 52 тис. євро, то витрати підприємства повернуться після підписання першого контракту .

Наведемо відсотковий прогноз зацікавленості клієнтів у виборі послуг саме компанії “ВОРЛДСУРРОГАСІ” на майбутній рік на рис. 3.4:



**Рис. 3. 4 – Географічна структура споживачів послуг ТОВ  
“ВОРЛДСУРРОГАСІ” на 2020 рік**

*Джерело: розраховано автором*

З рис. 3.4 можемо зробити висновки, що Іспанія, Франція та Італія залишатимуться провідними країнами з якими співпрацюватиме підприємство, а Німеччина та Китай перебуватимуть на етапі ознайомлення клієнтів з послугами компанії, хоча й відсоток китайських клієнтів буде вищим через демографічні особливості країни.

Тільки після вказаних конструктивних кроків формування бренду можна обирати систему бренд-комунікацій, завдяки яким буде здійснюватися просування бренду компанії на бажаний ринок з врахуванням національної специфіки обраної країни, що і буде впливати на вибір ефективної стратегії розвитку брендованої компанії. До факторів, що впливатимуть на вибір стратегії розвитку та просування бренду стануть: тип сурогатного материнства, що надається компанією; причини штучного запліднення; економічна поведінка як конкурентів, так і споживачів послуги тощо. Коректно сформований бренд компанії, точно визначена стратегія його розвитку та просування, системний підхід до управління брендом забезпечать конкурентоспроможність компаній у міжнародному середовищі та її високу ефективність.

Для просування бренду в інформаційній площині доцільним буде застосування бренду підприємства, його потрібно постійно просувати, для забезпечення позитивного іміджу підприємства. Для цього підприємство може

застосовувати рекламну компанію. Розглянемо її види та доцільність їх застосування саме для ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ”, у випадку, якщо компанія вирішить скористатись послугами бренд-агенції “KOLORO” сума витрат на рекламу складе 72 900 тис. грн згідно сталим цінам агенції. На вказану вартість агенція пропонує наступні види рекламних компаній:

**Відповідно до об'єкту рекламування, виділяють наступні види рекламних кампаній:**

- рекламна кампанія для окремої послуги. Такі кампанії доцільні тоді, коли планується запуск нової послуги або у випадку, коли обсяги продаж поточної послуги впали.

- іміджева кампанія – рекламна стратегія для просування бренду компанії

**В залежності від поставлених цілей:**

- рекламна кампанія для успішного запуску нової послуги;
- для збільшення обсягів продажів компанії;
- кампанія для підтримки рівня збуту існуючої послуги;

**За охопленням рекламна кампанія може бути:**

- міжнародного рівня;
- національного рівня;
- регіональна;
- локальна.

**Залежно від цільової аудиторії:**

- орієнтована на споживачів;
- розрахована на продавців і дилерів;
- спрямована на конкурентів.

**За тривалістю дії виділяють такі рекламні кампанії:**

- короткострокова (до 1 місяця);
- середньострокова (від 1 до 6 місяців);
- довгострокова (більше 6 місяців).

Для того, щоб розробити стратегію проведення рекламної кампанії, потрібно чимало попрацювати. Чим якіснішою буде реклама, тим меншої

кількості публікацій і матеріальних коштів вона потребує для ефективного впливу на споживача. Просування лише у інформаційній площині дозволяє реалізувати лише частину потенціалу компанії. Тому для ефективності доцільно застосовувати комплексний підхід для просування бренду.

Компанія займається просуванням послуг сурогатного материнства за кордон ж, а також на території України для зацікавлення донорів та сурогатних мам приймати участь у програмах. Прикладом такого просування бренд-компанії є реклама в соціальних мережах, та розповсюдження оголошень у громадському транспорті. Реклама є однією з найдавніших бренд-комунікацій, без якої просування бренду та його розвиток не досягали би поставленої мети. Приклад застосування реклами компанії “ВОРЛДСУРРОГАСІ” поданий в додатку Ж. З вищенаведеної інформації спрогнозуємо витрати компанії на рекламу міжнародного та національного рівня на 2020 рік, отримані результати зведемо в табл. 3.4:

Таблиця 3.4.

**Витрати на рекламу ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” на 2020 рік, тис. грн**

| Тривалість реклами                                   | Сума витрат для міжнародної реклами | Сума витрат для національної реклами |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>Реклама в інтернеті</b>                           |                                     |                                      |
| до 1 місяця                                          | 30                                  | 10                                   |
| 1 до 6 місяців                                       | 30-90                               | 10-60                                |
| більше 6 місяців                                     | 90+                                 | 60+                                  |
| <b>Оголошення в транспорті та громадських місцях</b> |                                     |                                      |
| до 1 місяця                                          | -                                   | 23                                   |
| 1 до 6 місяців                                       | -                                   | 130                                  |
| більше 6 місяців                                     | -                                   | 178                                  |

*Джерело розраховано: автором*

Реклама ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” реалізується в соціальних мережах та Google (в межах Інтернету) та в громадському транспорті. Витрати на щомісячну рекламу складають приблизно 53 тис. грн. Рекламна стратегія послуг сурогатного материнства у громадських місцях заборонена у іноземних країнах згідно їх законодавству, адже вважає даний аспект медичних послуг не етичним. В Україні застосування реклами в громадських місцях виявляється ефективнішою, тому має

більший попит та вищу ціну. Вартість послуги може варіюватись від області чи регіону. Середня вартість одного проданого контракту іноземній парі складає 52 тис. євро. Розрахуємо відсоткові щомісячні затрати компанії на рекламу від суми одного контракту.

Національна реклама в інтернеті:

$$10\,000 : 26,85^* = 372,5 \text{ євро,}$$

$$372,5 : 52000 \times 100\% = 0,72\%$$

Міжнародна реклама в інтернеті:

$$30\,000 : 26,85^* = 1\,117,3 \text{ євро,}$$

$$1\,117,3 : 52000 \times 100\% = 0,02\%$$

Оголошення в публічних місцях:

$$23\,000 : 26,85^* = 856,6 \text{ євро,}$$

$$856,6 : 52000 \times 100\% = 0,01\%$$

\*Курс євро встановлений Нацбанком на 14/11/2019

Із отриманих результатів можемо зазначити, що для щомісячної реалізації рекламної стратегії компанії в інтернеті та громадських місцях їй потрібно виділяти 2 346,4 євро, що становить 0,75% від вартості одного проданого контракту. Рекламна стратегія буде ефективним та не високо затратним методом, для кращої реалізації компанії на економічному ринку та слугуватиме посиленню її позицій.

Станом на вересень 2019 року компанія підписала контракти з 8 парами клієнтів, що дало змогу сформувати бюджет в розмірі 416 тис. євро, таким чином вже спостерігається позитивна динаміка економічного зростання підприємства, тому в майбутньому отримані прибутки дозволять збільшити суму витрат на рекламу, що продемонструє ефективність запропонованих заходів.

### **Висновки за розділом 3**

Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки:

Компанія “ВОРЛДСУРРОГАСІ” потребує залучення нових видів послуг та

методів реалізації своєї діяльності. Завдяки впровадженню додаткових послуг можливо збільшити дохід компанії на 3% з кожного підписаного контракту з клієнтом.

Для просування компанії на міжнародному рівні потрібно завжди підтримувати конкурентноспроможність підприємства та постійно вдосконалюватися. Тому доцільним буде використання послуг брендингової агенції, яка допоможе збільшити доходи підприємства на 8,7% щомісячно. Але для реалізації даних послуг потрібно інвестувати не менше ніж 290 100 тис. грн. чистого капіталу, які компанія зможе погасити за 2-3 роки з урахуванням прибутку від успішної реалізації маркетингової діяльності.

Позитивний результат брендингової стратегії привабить нових іноземних клієнтів. Для цього ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” потрібно розширювати склад працівників та нових іншомовних відділів. Враховуючи, що середня вартість одного контракту складає 52 тис. євро, то витрати підприємства на розширення відділу повернуться після підписання першого контракту, адже інвестиції складуть приблизно 50 тис. грн на одну особу, що в десятки рази перевищує можливий дохід та покриває реалізовані витрати.

З наведених рекомендацій можна зазначити, що кожна з них має право на існування, але для запровадження деяких з них необхідно чимало часу, в іншу чергу є речі, які можливо запровадити в короткі терміни, але так як це додаткові послуги, то вони підвищують ціну на контракти для клієнтів, але можлива й розробка компромісних варіантів, який підходив кожній парі індивідуально.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На сьогодні компанія “ВОРЛДСУРРОГАСІ” працює у відносно новій та інноваційній галузі медицини: сурогатне материнство. Підприємство хоча й працює незначний віковий проміжок, вже має певні здобутки та репутацію серед іноземців та реалізації успішних процесів. Відсоток позитивно закінчених програм з кожним роком зростає, як і кількість бажаючих проходити їх.

Фінансові та економічні показники загалом можливо охарактеризувати з позитивної сторони, хоча й за певними критеріями може поступатися багатьом більш розвиненим компаніям. Так динаміка активів підприємства демонструє приріст основних необоротних засобів за 2018 рік на 11,79%, а оборотних на 23,39%. Пасиви підприємства мають не таку високу динаміку як активи, але тим не менш демонструють підвищення суми фінансових ресурсів на 4,95% за 2018 рік. Показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності майже завжди перевищують нормативне значення. Свою економічну діяльність підприємство реалізує завдяки залученню іноземних клієнтів з Іспанії – 47%, Франції – 41% та Італії – 12%. Як компанія “ВОРЛДСУРРОГАСІ” співпрацює з такими відомими клініками з репродуктивної медицини, як: “Надія” (чистий дохід якої за 2017 рік склав 123,311 млн грн), “Мати та дитина” (дохід станом на 2017 рік становив 77,283 млн грн) та “Біотекском” (2,524 млн грн за 2017 рік).

Україна має найлояльніші закони для реалізації процесів сурогатного материнства а також найнижчі ціни на дані послуги, вартість яких для клієнтів складає 40-55 тис. євро, в США ці послуги коштують 100 тис. доларів. Грошова винагорода яку отримує сурогатна матір в Україні варіюється від типу програми, кількості дітей, які згодна виношувати матір та країни в якій народиться дитина, в середньому вартість програми складає 16 тис. доларів. Зважаючи на ці економічні дані наша країна стає медичним центром для пар з проблемами у галузі репродуктології, а сурогатні матері обирають ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” через лояльне ставлення та найвищу ціну виплат. Показник успішної народжуваності

шляхом ДРТ в Україні становить 27% на кожні 100 циклів, а в Європі – приблизно 25%.

Підприємство має постійно розвиватися та вдосконалюватися, інакше може настати фінансова криза та повний дефолт компанії. Для уникнення можливого занепаду, підприємство реалізує свою стратегію брендингу, яка проявляється у зацікавленні клієнта шляхом: позитивних відгуків та реклами, наданням додаткових послуг та високопрофесійним персоналом. На стратегії брендингу компанія має витратити 290 100 тис. грн, такі інвестиції допоможуть в короткий термін підсилити позитивний імідж компанії та залучити нових клієнтів, на 2020 рік кількість яких, завдяки запропонованим стратегіям, може зрости до додаткових 8 пар щомісячно, кожна з яких інвестує в програму не менше ніж 52 тис. євро. Таким чином маркетингові заходи, щодо стратегій брендингу дозволять підвищити доходи компанії на 8,7%. З отриманих коштів можна інвестувати в рекламну стратегію, яка також сприятиме залученню нових клієнтів та сурогатних матері, витрати на її реалізацію складатимуть 0,75% з отриманих доходів.

Головною умовою для позитивного розвитку є залучення більшої кількості інвестицій, яка є похідною від підписання контрактів з новими клієнтами. Додаткові послуги, висока результативність та вдале застосування стратегій брендинг можуть допомогти піднести ТОВ “ВОРЛДСУРРОГАСІ” на новий рівень у сфері сурогатного материнства та зробити її номером 1 серед клієнтів-іноземців.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авінаш К. Діксіт, Баррі Дж. Нейлбафф. Мистейтво стратегії. Путівник до успіху в житті та бізнесі від експертів теорії гри [Текст] : Авінаш К. Діксіт, Баррі Дж. Нейлбафф; переклад з англ.. Анастасії Богоніс. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. – С. 616.
2. Аналіз господарської діяльності. Навчальний посібник / За заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – С. 384.
3. Аналіз показників ліквідності і платоспроможності підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://buklib.net/books/28009/>.
4. Бухгалтерський облік. Визначення пасивів (власності). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://library.if.ua/book/47/3335.html>.
5. ВОРЛДСУРРОГАСІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://library.if.ua/book/52/3823.html> <https://worldsurrogacy.com/uk/україна/>.
6. Економічний аналіз. Аналіз активів підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pidruchniki.com/1404050941906/ekonomika/analiz-aktivipidpriyemstva>.
7. Історія сурогатного материнства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.surrogacy-ukraine.com/theoryhistory.php>.
8. Муті І. Брендинг за 60 хвилин / пер. з англ. О. Чупа. – Харків : Вид-во: «Ранок» : Фабула, 2019. – С. 256.
9. Особливості бренд-менеджменту в транснаціональних корпораціях. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2748>.
10. Панченко М.А. Стратегія брендинг підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу // Марина Анатоліївна Панченко // Збірник наукових статей студентів частина 1 Міжнародний бізнес, – 2019. Київ. КНТЕУ. С. 59-67.
11. Про затвердження інструкції про порядок застосування допоміжних репродуктивних технологій : Закон України від 23 груд. 2008 р. № 771. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/>

show/z0263-09.

12. Про затвердження інструкції про порядок застосування допоміжних репродуктивних технологій : Закон України від 23 груд. 2008 р. № 771. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0263-09> .
13. Ринок репродуктивної медицини: Квіти з пробірки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua/business/rynok-reproduktivnoy-mediciny-cvety-iz-probirki-296332/>.
14. Сімейний кодекс України: ВВР України. – 2002. – № 21–22. – Ст. 135. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=2947-14>.
15. Створення бренду в KOLORO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://koloro.ua/ua/brending.html>
16. Сурогатне материнство: веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mama-poisk.ru/news/surrogatnoe-materinstvo-za-rubezhom.html>.
17. Сурогатне материнство: за та проти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.euronews.com/2018/09/14/europe-surrogacy-ru>.
18. ТОВ ВОРЛДСУРРОГАСІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://opendatabot.ua/c/41400512>.
19. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх – К. : Наш формат, 2019. – С. 176.
20. Фінанси підприємства. Ліквідність підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://pidruchniki.com/18340719/finansi/likvidnist\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/18340719/finansi/likvidnist_pidpriyemstva).
21. Фінанси підприємства. Платоспроможність підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://pidruchniki.com/1387022753111/finansi/platospromozhnist\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/1387022753111/finansi/platospromozhnist_pidpriyemstva).
22. Фінансовий менеджмент. Аналіз ділової активності підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://library.if.ua/book/52/3823.html>
23. Anholt S. Anholt-GfK Roper Nation Brands Index, 2012. [Електронний ресурс].

– Режим доступа : <http://www.anholt-gfk>.

24. Mundy, Liza. Everything Conceivable. Ancor Books, New York, 2008. – P.7.

25. Palattiyil, G.et al. // Globalization and cross-border reproductive services: Ethical implications of surrogacy in India for social work // International Social Work, 2010. Vol. 53, P. 687.

26. Studinska G. New edges of the brand / G. Studinska, S. Kharichkov // Innovations in the modern world / Monograph SEPIKE, Frankfurt, Deutschland Poitiers, France, 2018. – C. 23-33.

## ДОДАТКИ

50  
Додаток АДодаток 1  
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25  
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства"

ДОКУМЕНТ ПІДПИСАНО

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ  
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ВОРЛДСУРРОГАСІ»** за ЄДРПОУ  
 Територія Шевченківський р-н м.Київ за КОАТУУ  
 Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю за КОПФГ  
 Вид економічної діяльності Діяльність у сфері права за КВЕД  
 Середня кількість працівників, осіб 19  
 Одинця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком  
 Адреса, телефон вул. Січових Стрільців, буд.60, офіс 723, Київ, 04050

| Коди       |    |    |
|------------|----|----|
| 2015       | 01 | 01 |
| 41400512   |    |    |
| 8039100000 |    |    |
| 240        |    |    |
| 69.10      |    |    |

## 1. Баланс на 31.12.2014 р.

Форма №1-м Код за ДКУД 1801006

| Актив                                                                   | Код рядка   | На початок<br>звітного періоду | На кінець<br>звітного періоду |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <b>1</b>                                                                | <b>2</b>    | <b>3</b>                       | <b>4</b>                      |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                             |             |                                |                               |
| Незавершені капітальні інвестиції                                       | 1005        | -                              | 6,8                           |
| Основні засоби:                                                         | 1010        | -                              | 6,9                           |
| первісна вартість                                                       | 1011        | -                              | 6,9                           |
| знос                                                                    | 1012        | ( - )                          | ( - )                         |
| Довгострокові біологічні активи:                                        | 1020        | -                              | -                             |
| Довгострокові фінансові інвестиції:                                     | 1030        | -                              | -                             |
| Інші необоротні активи                                                  | 1090        | -                              | -                             |
| <b>Усього за розділом I</b>                                             | <b>1095</b> | -                              | 13,7                          |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                              |             |                                |                               |
| Запаси                                                                  | 1100        | -                              | 1,5                           |
| у тому числі готова продукція                                           | 1103        | -                              | -                             |
| Поточні біологічні активи                                               | 1110        | -                              | -                             |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги        | 1125        | -                              | -                             |
| з бюджетом                                                              | 1135        | -                              | -                             |
| у тому числі з податку на прибуток                                      | 1136        | -                              | -                             |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                 | 1155        | -                              | 142,5                         |
| Поточні фінансові інвестиції                                            | 1160        | -                              | -                             |
| Гроші та їх еквіваленти                                                 | 1165        | -                              | 154,0                         |
| Витрати майбутніх періодів                                              | 1170        | -                              | -                             |
| Інші оборотні активи                                                    | 1190        | -                              | -                             |
| <b>Усього за розділом II</b>                                            | <b>1195</b> | -                              | 298,0                         |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> | <b>1200</b> | -                              | -                             |
| <b>Баланс</b>                                                           | <b>1300</b> | -                              | 311,7                         |

| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1                                                                                                        | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                             |                            |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | -                           | 2,0                        |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        | -                           | -                          |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        | -                           | -                          |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | -                           | 174,5                      |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        | ( - )                       | ( 2,0 )                    |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | -                           | 174,5                      |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і забезпечення</b>                               | <b>1595</b> | -                           | 20,8                       |
| <b>III. Поточні зобов'язання</b>                                                                         |             |                             |                            |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        | -                           | -                          |
| Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        | -                           | -                          |
| за товари, роботи, послуги                                                                               | 1615        | -                           | 43,9                       |
| за розрахунками з бюджетом                                                                               | 1620        | -                           | 47,5                       |
| за у тому числі з податку на прибуток                                                                    | 1621        | -                           | 38,3                       |
| за розрахунками зі страхування                                                                           | 1625        | -                           | -                          |
| за розрахунками з оплати праці                                                                           | 1630        | -                           | -                          |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        | -                           | -                          |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | -                           | 25,0                       |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | -                           | 116,4                      |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> | -                           | -                          |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | -                           | 311,7                      |

## 2. Звіт про фінансові результати за Рік 2014

| Форма №2-м Код за ДКУД                                         |             | 1801007           |                                         |
|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|-----------------------------------------|
| Стаття                                                         | Код рядка   | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
| 1                                                              | 2           | 3                 | 4                                       |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000        | 855,6             | -                                       |
| Інші операційні доходи                                         | 2120        | 15,2              | -                                       |
| Інші доходи                                                    | 2240        | -                 | -                                       |
| <b>Разом доходи (2000+2120+2240)</b>                           | <b>2280</b> | <b>870,8</b>      | <b>-</b>                                |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050        | ( 449,4 )         | ( - )                                   |
| Інші операційні витрати                                        | 2180        | ( 208,6 )         | ( - )                                   |
| Інші витрати                                                   | 2270        | ( - )             | ( - )                                   |
| <b>Разом витрати (2050+2180+2270)</b>                          | <b>2285</b> | <b>( 658,0 )</b>  | <b>( - )</b>                            |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280-2285)              | 2290        | 212,8             | -                                       |
| Податковий прибуток                                            | 2300        | ( 38,3 )          | ( - )                                   |
| <b>Чистий прибуток (збиток) (2290-2300)</b>                    | <b>2350</b> | <b>147,5</b>      | <b>-</b>                                |

Додаток 1

до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25

"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ  
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство

Дата (рік, місяць, число)

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ВОРЛДСУРРОГАСІ»

за ЄДРПОУ

Територія Шевченківський р-н м.Київ

за КОАТУУ

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

за КОПФГ

Вид економічної діяльності Діяльність у сфері права

за КВЕД

Середня кількість працівників, осіб 21

Одинця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон вул. Січових Стрільців, буд.60, офіс 723, Київ, 04050

| Коди       |    |    |
|------------|----|----|
| 2016       | 01 | 01 |
| 41400512   |    |    |
| 8039100000 |    |    |
| 240        |    |    |
| 69.10      |    |    |

## 1. Баланс на 31.12.2015 р.

Форма №1-м

Код за ДКУД

1801006

| Актив                                                                   | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1                                                                       | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                             |             |                             |                            |
| Незавершені капітальні інвестиції                                       | 1005        | 6,8                         | -                          |
| Основні засоби:                                                         | 1010        | 6,9                         | 147,1                      |
| первісна вартість                                                       | 1011        | 6,9                         | 232,4                      |
| знос                                                                    | 1012        | ( - )                       | ( 85,3 )                   |
| Довгострокові біологічні активи:                                        | 1020        | -                           | -                          |
| Довгострокові фінансові інвестиції:                                     | 1030        | -                           | -                          |
| Інші необоротні активи                                                  | 1090        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом I</b>                                             | <b>1095</b> | <b>13,7</b>                 | <b>147,1</b>               |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                              |             |                             |                            |
| Запаси                                                                  | 1100        | 1,5                         | 7,1                        |
| у тому числі готова продукція                                           | 1103        | -                           | -                          |
| Поточні біологічні активи                                               | 1110        | -                           | -                          |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги        | 1125        | -                           | -                          |
| з бюджетом                                                              | 1135        | -                           | -                          |
| у тому числі з податку на прибуток                                      | 1136        | -                           | -                          |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                 | 1155        | 142,5                       | 26,8                       |
| Поточні фінансові інвестиції                                            | 1160        | -                           | -                          |
| Гроші та їх еквіваленти                                                 | 1165        | 154,0                       | 279,2                      |
| Витрати майбутніх періодів                                              | 1170        | -                           | 0,7                        |
| Інші оборотні активи                                                    | 1190        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом II</b>                                            | <b>1195</b> | <b>298,0</b>                | <b>313,8</b>               |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> | <b>1200</b> | <b>-</b>                    | <b>-</b>                   |
| <b>Баланс</b>                                                           | <b>1300</b> | <b>311,7</b>                | <b>460,9</b>               |

| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1                                                                                                        | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                             |                            |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 2,0                         | 2,0                        |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        | -                           | -                          |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        | -                           | -                          |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | 174,5                       | 240,2                      |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        | ( 2,0 )                     | ( 2,0 )                    |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | 174,5                       | 240,2                      |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і забезпечення</b>                               | 1595        | 20,8                        | 35,2                       |
| <b>III. Поточні зобов'язання</b>                                                                         |             |                             |                            |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        | -                           | -                          |
| Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        | -                           | -                          |
| за товари, роботи, послуги                                                                               | 1615        | 43,9                        | 84,5                       |
| за розрахунками з бюджетом                                                                               | 1620        | 47,5                        | 28,2                       |
| за у тому числі з податку на прибуток                                                                    | 1621        | 38,3                        | 14,4                       |
| за розрахунками зі страхування                                                                           | 1625        | -                           | 15,4                       |
| за розрахунками з оплати праці                                                                           | 1630        | -                           | 57,4                       |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        | -                           | -                          |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | 25,0                        | -                          |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | 116,4                       | 185,5                      |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> | -                           | -                          |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | 311,7                       | 460,9                      |

## 2. Звіт про фінансові результати за Рік 2015

| Форма №2-м Код за ДКУД                                         |             | 1801007           |                                         |
|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|-----------------------------------------|
| Стаття                                                         | Код рядка   | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
| 1                                                              | 2           | 3                 | 4                                       |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000        | 4 561,2           | 855,6                                   |
| Інші операційні доходи                                         | 2120        | 104,8             | 15,2                                    |
| Інші доходи                                                    | 2240        | -                 | -                                       |
| <b>Разом доходи (2000+2120+2240)</b>                           | <b>2280</b> | 4 666,0           | 870,8                                   |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050        | ( 3 152,4 )       | ( 449,4 )                               |
| Інші операційні витрати                                        | 2180        | ( 1 433,6 )       | ( 208,6 )                               |
| Інші витрати                                                   | 2270        | ( - )             | ( - )                                   |
| <b>Разом витрати (2050+2180+2270)</b>                          | <b>2285</b> | ( 4 586,0 )       | ( 658,0 )                               |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280-2285)              | 2290        | 80,0              | 212,8                                   |
| Податковий прибуток                                            | 2300        | ( 14,4 )          | ( 38,3 )                                |
| <b>Чистий прибуток (збиток) (2290-2300)</b>                    | <b>2350</b> | 65,6              | 147,5                                   |

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

ДОКУМЕНТ ПІДПИСАНО

**ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ**  
**суб'єкта малого підприємництва**

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ВОРЛДСУРРОГАСІ»** Дата (рік, місяць, число) **за ЄДРПОУ**  
Територія Шевченківський р-н м.Київ **за КОАТУУ**  
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю **за КОПФГ**  
Вид економічної діяльності Діяльність у сфері права **за КВЕД**  
Середня кількість працівників, осіб 24  
Одинця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком  
Адреса, телефон вул. Сікових Стрільців, буд.60, офіс 723, Київ, 04050

| Коди       |    |    |
|------------|----|----|
| 2017       | 01 | 01 |
| 41400512   |    |    |
| 8039100000 |    |    |
| 240        |    |    |
| 69.10      |    |    |

**1. Баланс на 31.12.2016 р.**

Форма №1-м Код за ДКУД 1801006

| Актив                                                                   | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1                                                                       | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                             |             |                             |                            |
| Незавершені капітальні інвестиції                                       | 1005        | -                           | -                          |
| Основні засоби:                                                         | 1010        | 147,1                       | 130,8                      |
| первісна вартість                                                       | 1011        | 232,4                       | 275,5                      |
| знос                                                                    | 1012        | ( 85,3 )                    | ( 144,7 )                  |
| Довгострокові біологічні активи:                                        | 1020        | -                           | -                          |
| Довгострокові фінансові інвестиції:                                     | 1030        | -                           | -                          |
| Інші необоротні активи                                                  | 1090        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом I</b>                                             | <b>1095</b> | <b>147,1</b>                | <b>130,8</b>               |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                              |             |                             |                            |
| Запаси                                                                  | 1100        | 7,1                         | 1,0                        |
| у тому числі готова продукція                                           | 1103        | -                           | -                          |
| Поточні біологічні активи                                               | 1110        | -                           | -                          |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги        | 1125        | -                           | -                          |
| з бюджетом                                                              | 1135        | -                           | -                          |
| у тому числі з податку на прибуток                                      | 1136        | -                           | -                          |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                 | 1155        | 26,8                        | 25,5                       |
| Поточні фінансові інвестиції                                            | 1160        | -                           | -                          |
| Гроші та їх еквіваленти                                                 | 1165        | 279,2                       | 109,0                      |
| Витрати майбутніх періодів                                              | 1170        | 0,7                         | 1,1                        |
| Інші оборотні активи                                                    | 1190        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом II</b>                                            | <b>1195</b> | <b>313,8</b>                | <b>136,6</b>               |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> | <b>1200</b> | <b>-</b>                    | <b>-</b>                   |
| <b>Баланс</b>                                                           | <b>1300</b> | <b>460,9</b>                | <b>267,4</b>               |

| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок звітної періоду | На кінець звітної періоду |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------|---------------------------|
| 1                                                                                                        | 2           | 3                          | 4                         |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                            |                           |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 2,0                        | 2,0                       |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        | -                          | -                         |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        | -                          | -                         |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | 240,2                      | (329,5)                   |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        | ( 2,0 )                    | ( 2,0 )                   |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | 240,2                      | (329,5)                   |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і забезпечення</b>                               | 1595        | 35,2                       | 3,6                       |
| <b>III. Поточні зобов'язання</b>                                                                         |             |                            |                           |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        | -                          | -                         |
| Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        | -                          | -                         |
| за товари, роботи, послуги                                                                               | 1615        | 84,5                       | 95,0                      |
| за розрахунками з бюджетом                                                                               | 1620        | 28,2                       | -                         |
| за у тому числі з податку на прибуток                                                                    | 1621        | 14,4                       | -                         |
| за розрахунками зі страхування                                                                           | 1625        | 15,4                       | -                         |
| за розрахунками з оплати праці                                                                           | 1630        | 57,4                       | 1,4                       |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        | -                          | -                         |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | -                          | 496,9                     |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | 185,5                      | 593,3                     |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> | -                          | -                         |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | 460,9                      | 267,4                     |

## 2. Звіт про фінансові результати за Рік 2016

| Форма №2-м Код за ДКУД                                         |             | 1801007           |                                         |
|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|-----------------------------------------|
| Стаття                                                         | Код рядка   | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
| 1                                                              | 2           | 3                 | 4                                       |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000        | 2 748,7           | 4 561,2                                 |
| Інші операційні доходи                                         | 2120        | 242,0             | 104,8                                   |
| Інші доходи                                                    | 2240        | -                 | -                                       |
| <b>Разом доходи (2000+2120+2240)</b>                           | <b>2280</b> | 2 990,7           | 4 666,0                                 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050        | ( 2 363,0 )       | ( 3 152,4 )                             |
| Інші операційні витрати                                        | 2180        | ( 951,2 )         | ( 1 433,6 )                             |
| Інші витрати                                                   | 2270        | ( 246,2 )         | ( - )                                   |
| <b>Разом витрати (2050+2180+2270)</b>                          | <b>2285</b> | ( 3 560,4 )       | ( 4 586,0 )                             |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280-2285)              | 2290        | (569,7)           | 80,0                                    |
| Податковий прибуток                                            | 2300        | ( - )             | ( 14,4 )                                |
| <b>Чистий прибуток (збиток) (2290-2300)</b>                    | <b>2350</b> | (569,7)           | 65,6                                    |

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

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

### ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємства

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ВОРЛДСУРРОГАСІ»** за ЄДРПОУ  
Територія Шевченківський р-н м.Київ за КОАТУУ  
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю за КОПФГ  
Вид економічної діяльності Діяльність у сфері права за КВЕД  
Середня кількість працівників, осіб 24  
Одинця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком  
Адреса, телефон вул. Сізових Стрільців, буд.60, офіс 723, Київ, 04050

| Коди       |    |    |
|------------|----|----|
| 2018       | 01 | 01 |
| 41400512   |    |    |
| 8039100000 |    |    |
| 240        |    |    |
| 69.10      |    |    |

### 1. Баланс на 31.12.2017 р.

Форма №1-м Код за ДКУД 1801006

| Актив                                                                   | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1                                                                       | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                             |             |                             |                            |
| Незавершені капітальні інвестиції                                       | 1005        | -                           | -                          |
| Основні засоби:                                                         | 1010        | 130,8                       | 139,9                      |
| первісна вартість                                                       | 1011        | 275,5                       | 304,1                      |
| знос                                                                    | 1012        | ( 144,7 )                   | ( 164,2 )                  |
| Довгострокові біологічні активи:                                        | 1020        | -                           | -                          |
| Довгострокові фінансові інвестиції:                                     | 1030        | -                           | -                          |
| Інші необоротні активи                                                  | 1090        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом I</b>                                             | <b>1095</b> | 130,8                       | 139,9                      |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                              |             |                             |                            |
| Запаси                                                                  | 1100        | 1,0                         | 5,2                        |
| у тому числі готова продукція                                           | 1103        | -                           | -                          |
| Поточні біологічні активи                                               | 1110        | -                           | -                          |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги        | 1125        | -                           | -                          |
| з бюджетом                                                              | 1135        | -                           | -                          |
| у тому числі з податку на прибуток                                      | 1136        | -                           | -                          |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                 | 1155        | 25,5                        | 48,2                       |
| Поточні фінансові інвестиції                                            | 1160        | -                           | -                          |
| Гроші та їх еквіваленти                                                 | 1165        | 109,0                       | 162,7                      |
| Витрати майбутніх періодів                                              | 1170        | 1,1                         | 1,1                        |
| Інші оборотні активи                                                    | 1190        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом II</b>                                            | <b>1195</b> | 136,6                       | 217,6                      |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> | <b>1200</b> | -                           | -                          |
| <b>Баланс</b>                                                           | <b>1300</b> | 267,4                       | 311,3                      |

| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок<br>звітної періоду | На кінець<br>звітної періоду |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------|------------------------------|
| 1                                                                                                        | 2           | 3                             | 4                            |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                               |                              |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 2,0                           | 2,0                          |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        | -                             | -                            |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        | -                             | -                            |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | (329,5)                       | (396,3)                      |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        | ( 2,0 )                       | ( 2,0 )                      |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | <b>(329,5)</b>                | <b>(396,3)</b>               |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і забезпечення</b>                               | <b>1595</b> | <b>3,6</b>                    | <b>8,6</b>                   |
| <b>III. Поточні зобов'язання</b>                                                                         |             |                               |                              |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        | -                             | -                            |
| Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        | -                             | -                            |
| за товари, роботи, послуги                                                                               | 1615        | 95,0                          | 96,1                         |
| за розрахунками з бюджетом                                                                               | 1620        | -                             | 10,7                         |
| за у тому числі з податку на прибуток                                                                    | 1621        | -                             | -                            |
| за розрахунками зі страхування                                                                           | 1625        | -                             | 12,0                         |
| за розрахунками з оплати праці                                                                           | 1630        | 1,4                           | 44,0                         |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        | -                             | -                            |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | 496,9                         | 32,0                         |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | <b>593,3</b>                  | <b>194,8</b>                 |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> | <b>-</b>                      | <b>-</b>                     |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | <b>267,4</b>                  | <b>312,8</b>                 |

## 2. Звіт про фінансові результати за Рік 2017

| Форма №2-м Код за ДКУД                                         |             | 1801007              |                                            |
|----------------------------------------------------------------|-------------|----------------------|--------------------------------------------|
| Стаття                                                         | Код рядка   | За звітний<br>період | За аналогічний період<br>попереднього року |
| 1                                                              | 2           | 3                    | 4                                          |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000        | 3 285,8              | 2 748,7                                    |
| Інші операційні доходи                                         | 2120        | 293,2                | 242,0                                      |
| Інші доходи                                                    | 2240        | -                    | -                                          |
| <b>Разом доходи (2000+2120+2240)</b>                           | <b>2280</b> | <b>3 579,0</b>       | <b>2 990,7</b>                             |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050        | ( 2 658,5 )          | ( 2 363,0 )                                |
| Інші операційні витрати                                        | 2180        | ( 1081,8 )           | ( 954,2 )                                  |
| Інші витрати                                                   | 2270        | ( 132,8 )            | ( 246,2 )                                  |
| <b>Разом витрати (2050+2180+2270)</b>                          | <b>2285</b> | <b>( 3 88,1 )</b>    | <b>( 3 560,4 )</b>                         |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280-2285)              | 2290        | 674,9                | 569,7                                      |
| Податковий прибуток                                            | 2300        | ( - )                | ( - )                                      |
| <b>Чистий прибуток (збиток) (2290-2300)</b>                    | <b>2350</b> | <b>(674,9)</b>       | <b>569,7</b>                               |

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

ДОКУМЕНТ ПРИБАВНО

**ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ**  
**суб'єкта малого підприємництва**

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ВОРЛДСУРРОГАСІ»** Дата (рік, місяць, число) **за ЄДРПОУ**  
Територія Шевченківський р-н м.Київ **за КОАТУУ**  
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю **за КОПФГ**  
Вид економічної діяльності Діяльність у сфері права **за КВЕД**  
Середня кількість працівників, осіб 30  
Одинця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком  
Адреса, телефон вул. Сікових Стрільців, буд.60, офіс 723, Київ, 04050

| Коди       |    |    |
|------------|----|----|
| 2019       | 01 | 01 |
| 41400512   |    |    |
| 8039100000 |    |    |
| 240        |    |    |
| 69.10      |    |    |

**1. Баланс на 31.12.2018 р.**

Форма №1-м Код за ДКУД 1801006

| Актив                                                                   | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1                                                                       | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                             |             |                             |                            |
| Незавершені капітальні інвестиції                                       | 1005        | -                           | -                          |
| Основні засоби:                                                         | 1010        | 139,9                       | 156,4                      |
| первісна вартість                                                       | 1011        | 304,1                       | 328,6                      |
| знос                                                                    | 1012        | ( 164,2 )                   | ( 172,2 )                  |
| Довгострокові біологічні активи:                                        | 1020        | -                           | -                          |
| Довгострокові фінансові інвестиції:                                     | 1030        | -                           | -                          |
| Інші необоротні активи                                                  | 1090        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом I</b>                                             | <b>1095</b> | 139,9                       | 156,4                      |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                              |             |                             |                            |
| Запаси                                                                  | 1100        | 5,2                         | 7,1                        |
| у тому числі готова продукція                                           | 1103        | -                           | -                          |
| Поточні біологічні активи                                               | 1110        | -                           | -                          |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги        | 1125        | -                           | -                          |
| з бюджетом                                                              | 1135        | -                           | -                          |
| у тому числі з податку на прибуток                                      | 1136        | -                           | -                          |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                 | 1155        | 48,2                        | 52,4                       |
| Поточні фінансові інвестиції                                            | 1160        | -                           | -                          |
| Гроші та їх еквіваленти                                                 | 1165        | 162,7                       | 201,9                      |
| Витрати майбутніх періодів                                              | 1170        | 1,1                         | 1,1                        |
| Інші оборотні активи                                                    | 1190        | -                           | -                          |
| <b>Усього за розділом II</b>                                            | <b>1195</b> | 217,6                       | 268,5                      |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> | <b>1200</b> | -                           | -                          |
| <b>Баланс</b>                                                           | <b>1300</b> | 311,3                       | 328,3                      |

| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок<br>звітної періоду | На кінець<br>звітної періоду |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------|------------------------------|
| 1                                                                                                        | 2           | 3                             | 4                            |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                               |                              |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 2,0                           | 2,0                          |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        | -                             | -                            |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        | -                             | -                            |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | (396,3)                       | (408,6)                      |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        | ( 2,0 )                       | ( 2,0 )                      |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | <b>(396,3)</b>                | <b>(408,6)</b>               |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування і забезпечення</b>                               | <b>1595</b> | <b>8,6</b>                    | <b>9,1</b>                   |
| <b>III. Поточні зобов'язання</b>                                                                         |             |                               |                              |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        | -                             | -                            |
| Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        | -                             | -                            |
| за товари, роботи, послуги                                                                               | 1615        | 96,1                          | 102,3                        |
| за розрахунками з бюджетом                                                                               | 1620        | 10,7                          | 14,8                         |
| за у тому числі з податку на прибуток                                                                    | 1621        | -                             | -                            |
| за розрахунками зі страхування                                                                           | 1625        | 12,0                          | 15,1                         |
| за розрахунками з оплати праці                                                                           | 1630        | 44,0                          | 58,0                         |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        | -                             | -                            |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | 32,0                          | 44,1                         |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | <b>194,8</b>                  | <b>234,3</b>                 |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> | <b>-</b>                      | <b>-</b>                     |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | <b>312,8</b>                  | <b>328,3</b>                 |

## 2. Звіт про фінансові результати за Рік 2018

| Форма №2-м Код за ДКУД                                         |             | 1801007              |                                            |
|----------------------------------------------------------------|-------------|----------------------|--------------------------------------------|
| Стаття                                                         | Код рядка   | За звітний<br>період | За аналогічний період<br>попереднього року |
| 1                                                              | 2           | 3                    | 4                                          |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000        | 3 495,2              | 3 285,8                                    |
| Інші операційні доходи                                         | 2120        | 308,2                | 293,2                                      |
| Інші доходи                                                    | 2240        | -                    | -                                          |
| <b>Разом доходи (2000+2120+2240)</b>                           | <b>2280</b> | <b>3 803,4</b>       | <b>3 579,0</b>                             |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050        | ( 3 028,2 )          | ( 2 658,5 )                                |
| Інші операційні витрати                                        | 2180        | ( 1 168,5 )          | ( 1081,8 )                                 |
| Інші витрати                                                   | 2270        | ( 188,3 )            | ( 132,8 )                                  |
| <b>Разом витрати (2050+2180+2270)</b>                          | <b>2285</b> | <b>( 429,0 )</b>     | <b>( 3 88,1 )</b>                          |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280-2285)              | 2290        | 290,6                | 674,9                                      |
| Податковий прибуток                                            | 2300        | ( 29,4 )             | -                                          |
| <b>Чистий прибуток (збиток) (2290-2300)</b>                    | <b>2350</b> | <b>(290,6)</b>       | <b>(674,9)</b>                             |

Зателефонуй нам!!!  
+38 050 914 04 56  
+38 044 360 80 80



**WORLD  
SURROGACY**  
YOUR DREAM COMES TRUE

## ¿В чому полягає сурогатне материнство?

Сурогатне материнство - це допоміжна репродуктивна технологія, при застосуванні якої сурогатна мама виношує біологічно чужу їй дитину для іншої пари: їй підсажують один або два ембріони, що належать парі або одинокій жінці, неспроможності гестації якої підтверджена фахівцем.

Йдеться про реальну потребу і ні в якому разі не примху.

Рішення за вами. Це повністю добровільний жест.

Завдяки таким людям, як ви, багато пар можуть здійснити свою найбільшу мрію, стати батьками.

## ¿Що ми пропонуємо?



Ми є першою міжнародною компанією в галузі сурогатного материнства у Європі. Ми щороку допомагаємо більш ніж 500 парам здійснити свою найбільшу мрію.



Команда фахівців налічує понад 80 осіб, які працюють для вас та клієнтів.



Наші офіси знаходяться в УКРАЇНІ, ІСПАНІЇ, РОСІЇ, США, Греції та Грузії, працівники володіють іноземними мовами, що спрощує процес комунікації.



Ми завжди будемо з вами поруч із першої зустрічі, на якій ознайомимо вас з усіма деталями пов'язаними з процесом. У нас є команда, яка займається виключно найбільш важливою частиною цього процесу, - ВАМИ.



Ми адаптуємось до вашого графіку, щоб процес не створював для вас проблем, адже ми знаємо, що, перш за все, Ви - мати, і це ваш головний пріоритет.



Якщо у вас виникнуть запитання, ми завжди на зв'язку: завжди буде людина, яка допоможе вам, телефонуватиме вам протягом усього процесу, щоб задовольнити всі ваші потреби. Також у вас буде телефон для екстрених випадків який на зв'язку 24/7 в РОСІЇ / УКРАЇНІ.



В кінці процесу  
Ми даруємо Вам ексклюзивний  
подарунок iPhone.

## Що ми пропонуємо



Окрім компенсації, всі витрати на поїздки, страхування життя, одяг для вагітних, покриваються компанією, а якщо обрана вами програма - в Греції, ви отримаєте додаткову компенсацію згідно календарю платежів протягом тижня судового розгляду (проконсультуйтеся в свого координатора).



Ви будете в руках кращих фахівців та професіоналів: ми працюємо з кращими клініками та переконуємось, що вони відповідають нашим етичним вимогам, якістю та безпекою. ВСІ необхідні огляди проводяться до, під час і, перш за все, після вагітності.

Наші клініки оснащені найновішими технологіями, щоб надати вас якісний сервіс: ваше здоров'я для нас на першому місці. Наші команди фахівців ніколи не підсажують більше 2 ембріонів, тому що це загрожує здоров'ю (гіпертонія, діабет, передчасні пологи ...). Ми не погоджуємось на порушення правил.



Ми даємо гарантію щодо виконання фінансової частини договору біологічними батьками та у вашому розпорядженні буде наш юридичний департамент для вирішення будь-яких проблем, які можуть виникнути під час процесу. В такому разі ви можете бути впевнені, що отримаєте повну суму компенсації, оскільки батьки підписують договір з клінікою та з вами в присутності юристів.



Ми не чекаємо завершення процесу, щоб виплатити вам компенсацію. Виплати здійснюються щомісячно, щомісячна виплата - це певна сума, яка дозволить вам жити комфортно, окрім цього існують інші компенсації які виплачуються у різний період процесу. Якщо у вас є якісь особливі потреби, ви завжди можете проконсультуватися зі своїм особистим координатором, щоб адаптувати графік платежів, відповідно до ваших потреб (коли це можливо). Для нас важливий ваш комфорт.



Особисте ставлення. Для нас ви - найважливіша людина в процесі сурогатного материнства. Ви матимете особливе та індивідуальне ставлення. Завжди буде хтось на іншому кінці телефону.



Медичні огляди впродовж року: знати, що процес пройшов добре - це велике задоволення для всіх нас, але знати, що у вас все йде добре через рік, це в першу чергу спокій, який ми хочемо запропонувати вам. Це наш спосіб подякувати вам за те, що ви зробили для наших батьків.



Щомісячна компенсація: Окрім остаточної компенсації в кінці процесу, ви отримуватимете щомісячну суму, яка буде узгоджена з вами, ви отримуватимете періодичну фінансову компенсацію з самого початку.



Гарантія платежу: наша компанія гарантує вам оплату всіх зобов'язань, погоджених між вами та батьками, навіть якщо вони їх не виконали. Ви можете бути впевнені, що ви завжди отримаєте ту компенсацію, яка була погоджена. Компанія гарантує це, ви отримаєте компенсацію в будь-якому випадку, іншого варіанту немає.



Психолог: у вашому розпорядженні є психолог компанії, якщо вам потрібна підтримка чи допомога в будь-якій ситуації під час процесу. Наш психолог допомагає батькам і вагітним жінкам розвіювати всі сумніви, які можуть виникнути з цього приводу.



Для вас: найважливіша частина - це фінансова компенсація, ми згодні, але чому б не звернути увагу на дрібні деталі? Ми подаруємо вам iPhone в кінці процесу.

## Сурогатне материнство складається з різних етапів:



### Співбесіда:

Ми поставимо вам кілька питань. Ми пояснимо вам, що таке процес сурогатного материнства, і ми розвіємо всі ваші сумніви без будь-яких зобов'язань.

### Аналізи:

Буде здійснено гінекологічний огляд, набрано аналіз крові та зроблено генетичний аналіз, щоб перевірити, чи відповідаєте ви всім вимогам щодо сурогатної мами.

### Стимуляція та перенесення ембріона

Коли ми отримаємо всі результати аналізів, ми зможемо підтвердити вашу участь у програмі та спланувати стимуляцію ендометрію. Кожен організм індивідуальний, тому процес стимуляції може тривати від 15 до 30 днів від початку менструального циклу. Підготовка ендометрію складається з прийому гормональних препаратів, щоб матка була готова до перенесення ембріона, тим самим досягаючи вагітності. Перенесення ембріона - це дуже проста, швидка процедура, і ви не відчуєте жодного болю.

### Підтвердження / спостереження вагітності:

для першого підтвердження - буде зроблено аналіз крові, потім необхідно підтвердити цей результат на УЗД. Ми будемо піклуватися про вашу вагітність впродовж усього періоду, ми подбаємо про вас і про дитину, яку ви виношуєте. (Перевірте календар аналізів необхідних протягом вагітності)

### Пологи та післяпологовий огляд:

Пологи будуть у приватній клініці. Через кілька днів після пологів лікар проведе вам контрольне УЗД, таким чином ми перевіримо, чи все в нормі та що стан вашого здоров'я після закінчення процесу задовільний.

## Вимоги для того щоб бути сурогатною мамою



- Бути здоровою і не мати жодних статевих або спадкових захворювань.
- Бути віком від 18 до 35 років. (Проконсультуйтеся у свого координатора, є кілька клінік, які приймають до 37)
- Мати принаймні одну здорову дитину
- Не мати більше одного кесаревого розтину

Без вашої допомоги вони не змогли б досягнути цього. Ми дбаємо про ваш спокій і ваші потреби.

Ми хочемо допомогти багатьом людям, які не можуть здійснити свою найбільшу мрію.

Ми дбаємо про сім'ю, яка буде сформована завдяки вам та вашій родині.

Ми пропонуємо вам різну допомогу, оскільки ми не забуваємо, що ВІ вже мама.

## Що я маю зробити щоб стати сурогатною мамою?

Зв'яжіться за номерами телефонів

і наші координатори організують зустріч з вами, щоб повідомити, як оформити свою кандидатуру

Проінформувала:

Дата:



**WORLD  
SURROGACY**  
YOUR DREAM COMES TRUE

: Україна, місто Київ, Вулиця  
Січових Стрільців 60, 04050

