

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра економічної теорії та конкурентної політики

## **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

# **КОНКУРЕНТНА ПОЛІТИКА У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Студента 2 курсу, 9м групи,  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
Спеціалізації «Управління у сфері  
економічної конкуренції»

Піскурського  
Анатолія Петровича

---

*(підпис студента)*

Науковий керівник  
науковий ступінь  
вчене звання

Романенко Володимир  
Анатолійович,  
д. е. н., професор

---

*(підпис керівника)*

Гарант освітньої програми  
науковий ступінь  
вчене звання

Уманців Юрій  
Миколайович,  
д. е. н., професор

---

*(підпис гаранта)*

**Київ 2020**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО – МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	6
1.1.Характеристика формування конкурентної політики .....	6
1.2.Загальні положення забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.....	10
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	16
2.1.Організаційно – економічна характеристика підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» .....	16
2.2.Оцінка конкурентної політики на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».....	26
Висновки до розділу 2.....	30
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» ЯК СКЛАДОВОЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	33
3.1.Організація і впровадження конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».....	33
3.2.Шляхи вдосконалення конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».....	40
Висновки до розділу 3.....	46
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	54

## ВСТУП

**Актуальність випускної кваліфікаційної роботи.** Формування ринкових відносин, а також їх перетворення, які відбуваються в економіці країни, потребують вирішення складних питань у сфері управління діяльністю будь – якого підприємства. Це в першу чергу обумовлює посилення ролі економічних методів і форм управління, що застосовуються у маркетингу, менеджменті, управлінні, виробництві і збутовій політиці підприємства. Зазначимо, що всі ці складові формують головне поняття діяльності будь – якого підприємства – конкурентоспроможність.

В таких умовах на підприємствах варто проводити певну роботу з аналізу ринку, прогнозування розвитку певних подій на ринку, а також проводити глибокий аналіз стану і функціонування підприємства, адже на цій основі прийняття належних управлінських рішень зможуть забезпечити належну конкурентоспроможність.

Варто зазначити, що подальших досліджень потребують питання створення належного організаційно – економічного механізму, щодо забезпечення належних стійких конкурентних позицій підприємства, також варто акцентувати увагу на вплив вищезазначених чинників на конкурентоспроможність підприємств, враховуючи при цьому зміни макро – і мікро – середовищ.

Перехід економіки України на ринкові відносини вимагає розробки методів вирішення проблем ринку, дослідження економічних категорій, що характеризують ринкову економіку. Однією з таких категорій і є конкуренція і конкурентоспроможність товарів, послуг і економік.

Питання конкурентоспроможності України досліджувались різними вітчизняними та зарубіжними вченими, такими як: Я. Базиліук, Л. Балабанова, О. Білорус, В. Вергун, В. Геєць, І. Должанський, П. Друкер, О. Єлисеєва, Я. Жаліло, Д. Лук'яненко, Дж. М. Кейнс, П. Кругман, Ю. Макогон, Ю. Мацейко, К. Маркс, Є. Масленніков, А. Маршал, В. Новицький, Ю.



Пахомов, А. Пилипенко, О. Побережець, Ю. Полунєєв, М. Портер, Дж. Сакс, М. Туган- Барановський, І. Фамінський, А. Філіпенко, Й. Шумпетер та ін.

Незважаючи на підвищений інтерес науковців до проблеми реалізації конкурентної політики залишається невирішеною проблема методологічного забезпечення, оскільки за весь період реалізації державної політики у сфері конкуренції не враховано значну кількість особливостей здійснення монополізації товарних ринків. Конкурентну політику можливо реалізувати через використання сукупності різних методів, більшість з яких є не розроблені, а формулювання проблем та наведення напрямів їх вирішення дасть змогу окреслити межі майбутніх наукових досліджень щодо покращення методологічної основи реалізації конкурентної політики.

**Метою** випускної кваліфікаційної роботи є аналіз та методика формування конкурентної політики у системі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на базі досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Щоб досягти зазначеної мети, було визначено такі **завдання**:

- надати характеристику формування конкурентної політики;
- розглянути загальні положення забезпечення конкурентоспроможності національної економіки;
- надати організаційно-економічну характеристику підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»;
- надати оцінку конкурентної політики на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»;
- забезпечити організацію і впровадження конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»;
- надати шляхи вдосконалення конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

**Предметом** дослідження є аналіз та методика формування конкурентної політики у системі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

**Об'єктом дослідження** є заходи для формування належної організації і конкурентоспроможності підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

**Інформаційною базою** випускної кваліфікаційної роботи стали напрацювання вітчизняних і зарубіжних науковців у сфері організації і контролю дебіторської заборгованості підприємства; матеріали їх дослідницьких, та аналітичних конференцій. У проведенні даного дослідження було використано метод порівняння, метод спостереження, бібліографічний метод, статистичний метод, аналітичний метод.

**Практичне значення роботи.** Результати, що були отримані у процесі дослідження, і практичні рекомендації щодо формування конкурентної політики у системі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, можуть бути використані у повсякденній діяльності апарату управління і всіх співробітників ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

**Загальна характеристика та структура роботи.** Загальний обсяг роботи складає 47 сторінок друкованого тексту. У роботі розміщено 16 таблиць, 13 рисунків, 26 джерел літератури і 7 додатків.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО – МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

## 1.1. Характеристика формування конкурентної політики

У сучасному світі конкуренція мікроекономічних суб'єктів перетворюється в інструмент глобальної конкуренції держав у вигляді формування моделей господарювання, режимів підтримки національних виробників на зовнішніх ринках, здатних в кінцевому рахунку забезпечити зростання якості життя громадян. Результат фіксується місцем країни в глобальній економіці. Її входження в ядро, протопериферію або периферію світ системи - підтвердження рівня розвитку, критерій успішності міжнародної інтеграції, показник зацікавленості партнерів у взаємодії з нею, рейтинг в глобальній системі перерозподілу доданої вартості. Економічна, гео економічна політика перетворюється на ключовий інструмент досягнення геополітичних цілей держави. [5, с 41].

Вчені розглядають широкий спектр проблем, пов'язаних з формуванням стратегії забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в світі. Поступово визрівають розуміння і визнання ролі внутрішніх механізмів, інституційних засад, соціокультурних детермінант, обумовлюють специфічні форми організації економічного життя. Проте їх вплив на становлення адекватної економічної політики в сучасних умовах акцентує увагу учасників дискусії В. Геєць, наголошуючи на важливість зв'язку між природно ресурсним потенціалом, соціо -культурними джерелами, матеріально технологічними та інституційними факторами формування стратегічних орієнтирів, основ, специфіки забезпечення конкурентоспроможній моделі інтеграції в глобальну економіку. [7, с.75].

При формулюванні основних положень політики використання конкуренції як засобу підвищення ефективності національної економіки необхідно враховувати ряд системних обмежень, що впливають із самого характеру конкурентної боротьби. Вони пов'язані з уже згадуваному раніше



одностороннім розумінням таких категорій, як монополія, яку розглядають виключно з негативних позицій, і конкуренція, яка, навпаки, зазвичай розглядається як категорія, що несе лише позитивний потенціал і є, мало не панацеєю від усіх проблем, з якими стикаються управлінці, які відповідають за результати економічного розвитку країни. [4, с. 52].

Процвітання країн створюється, а не передається у спадок. Попри те, на чому наполягають економісти класичної школи, воно не виростає само собою з природних багатств країни, її трудових ресурсів, встановлених в ній ставок банківського відсотка або цінності її валюти.

Конкурентоспроможність країни залежить від того, наскільки її промисловість здатна до оновлення і модернізації. Компанії досягають переваги над найсильнішими в світі конкурентами завдяки своїй енергії і підприємливості. Їм вигідно мати сильних суперників на внутрішньому ринку, «агресивних» вітчизняних постачальників і вимогливих вітчизняних споживачів. [2, с.10].

Відмінності в національних цінностях, культурі, економічних структурах, інститутах і історичне минуле, - всі ці фактори відіграють певну роль в досягненні успіху в конкурентній боротьбі. Існують разючі відмінності між окремими країнами в тому, що стосується характеру конкурентоспроможності; жодна країна не може бути і не буде конкурентоспроможною у всіх або хоча б в більшості галузей економіки. В кінцевому рахунку країни домагаються успіху в окремих галузях економіки тому, що сформована всередині них середовище є найбільш орієнтованою на майбутнє, найбільш динамічною і стимулюючою ініціативу. [2, с.10].

Національна конкурентоспроможність (Конкурентоспроможність країни) - це здатність її підприємств, організацій і галузей випереджати суперника в завоюванні і зміцненні позицій на зарубіжних ринках, обумовлена економічними, соціальними, політичними та іншими факторами в самій країні у рис.1.1. зобразимо фактори національної конкурентоспроможності.



*Рис.1.1 Фактори національної конкурентоспроможності(складено автором на основі аналізу [4])*

Національна конкурентоспроможність визначається Всесвітнім економічним форумом на основі багатофакторних моделей, в яких 381 показник розподілений по восьми агрегованих груп: внутрішній економічний потенціал, зовнішньоекономічні зв'язки, державне регулювання, фінансово-кредитна система, інфраструктура, система управління, науково-технічний потенціал, трудові ресурси. [6, с. 52].

Економічні показники по кожній країні становлять близько 70% всієї сукупності даних, доповнюються оцінками аналітиків і опитуваннями авторитетних експертів (Синтез кількісних і якісних характеристик). [3, с.10].

Як уже зазначалося, прийнято вважати, що конкурентоспроможність країни формується як сукупність конкурентоспроможності її товарів, підприємств і фірм, і це поверхневе уявлення не враховує важливість національної природної, соціокультурної та історичної бази, які складають фундамент для формування структури національного господарства, способу господарської поведінки, спеціалізації країни на виробництві тих йди інших продуктів і послуг та формує її профіль в світовій економіці.



Пропонується використовувати дев'ять принципів оцінки конкурентоспроможності країни у рис.1.2.:



*Рис.1.2 Принципи формування національної конкурентоспроможності(складено автором на основі аналізу [3])*

Підкреслимо, що конкуренція в господарській системі є лише одним з соціальних інструментів підвищення ефективності використання наявних у розпорядженні суспільства ресурсів, інструменті, заснованому на жорсткому змагальному принципі відбору кращих і більш ефективних ринкових агентів.

Іншими словами - це лише одні з групи операційних чинників, який зовсім не має універсального характеру.

Більш того, як зазначалося, надмірне конкурентну напругу часто веде до розв'язування цінових воєн, які зазвичай загрожують руйнівними наслідками.

## **1.2. Загальні положення забезпечення конкурентоспроможності національної економіки**

Проводячи аналіз конкурентної політики з урахуванням сформованих в літературі концептуальний уявлень, необхідно дати їй визначення і уточнити термінологію. Історично першим став термін, введений в США в кінці XIX століття, котрий зберігає свої позиції і до теперішнього часу. Йдеться про антитрестовську політику (antitrust policy), основу якої заклав Антитрестовський акт Шермана (1890). Дане поняття сьогодні об'єднує різні напрямки політики країни, в тому числі проти зловживання компаніями своїм домінуючим положення на ринку, накладення ними обмежень на конкуренцію, включаючи різні типи картельних угод. У цьому ж ряду - моніторинг угод зі злиттів і поглинань, контроль за певними, що підривають конкуренцію, формами цінової дискримінації і ряд інших заходів. [7, с.10].

Важливим елементом розуміння ролі конкурентної політики в економічний розвиток є ставлення до ролі держави в економіці в цілому. По-перше, конкурентна політика може сприйматися, як втручання держави, тобто відображати високу роль держави в економіці, а може розглядатися як ставка на ринковий механізм. Якщо розглядати конкурентну політику як активний прояв державної влади, то її роль залежить від ставлення до прояву державної влади у порівнянні з приватною.

Ставка на державне втручання і планування в порівнянні з ринковими механізмами має на увазі ще більшу довіру до державної влади. Дослідження, результатом яких є висновок про необхідність більшого



державного втручання не враховують політичну складову і засновані на передумові про добродіяння держави. Тут варто зауважити, що в країнах, що розвиваються питання корупції варто найбільш гостро. З іншого боку потрібно брати до уваги, що ринкова влада також має на увазі політичний вплив. [3, с. 15].

При формуванні конкурентної політики на практиці, зрозуміло, приймається в розрахунок критика стандартних неокласичних підходів до оцінки ефективності конкурентного ринку, а також висновки, що випливають з супроводжуючого цю критику розвитку теорії ринкових структур і конкуренції. [1, с. 52].

Обґрунтування конкурентної політики держави безпосередньо пов'язано з наявністю в сучасній економіці відмінних від ринку досконалої конкуренції ринкових структур, включаючи монополістичні і олігостичні, що ставить питання про державну інтервенції з метою коригування виникають при цьому ринкових провалів. [2, с.10].

На законодавчому рівні потребує чіткого визначення політика, яку планує реалізовувати держава з метою формування та підтримання конкурентного середовища на товарних ринках національної економіки. Оскільки тенденції розвитку національної економіки свідчать про сприяння великих потужних монополій розвитку науково-технічного прогресу, інвестуванню ринків, які починають розвиватись, варто змістити акценти з антимонопольної політики, яка має заборонний характер щодо існування структурних монополій, до конкурентної політики, засади реалізації якої полягають у сприянні існуванню структурних монополій за умови підтримки ними конкурентних відносин. [3, с. 20].

Місце і роль тієї чи іншої країни в світовому розподілі праці і в системі всесвітнього товарообміну визначаються не стільки перевагами в витратах виробництва якоїсь групи товарів, що вивозяться на світовий ринок, і в їх якості, скільки в ефективності національної економіки в цілому, в її стійкості і гнучкості, здатності до саморозвитку в ногу зі світовим техніко-



економічним прогресом або навіть випереджаючи середньосвітовий темп технічних, соціальних і економічних інновацій. Лише на такому міцному фундаменті можна порівняно швидко і безболісно адаптуватися до будь-яких несподіванок в світовому господарстві і при будь-яких поворотах міжнародної кон'юнктури утриматися на плаву, і витягти для себе користь в плані конкурентоспроможності. [1, с. 52].

В сучасних умовах конкурентоспроможність країни визначається ретельно продуманою стратегією оптимізації галузевої структури національної економіки і урахуванням довгострокових гео економічних перспектив. Будучи органічною частиною все більш цілісного світового господарства, національна економіка може залишатися конкурентоспроможною лише в тому випадку, якщо її структурні параметри співзвучні станом і вектору розвитку галузевої структури цього глобального господарства, вдало вписуються в нього і дозволяють країні постійно нарощувати свій економічний і технічний потенціал. В наше час конкурентоспроможність країни - результуючий показник того, наскільки ефективно в порівнянні з іншими країнами вона виробляє, розподіляє і продає створювані в ній товари і наскільки розумно вона використовує свої експортні переваги для неухильного підвищення власного економічного потенціалу в найширшому сенсі цього поняття. [6, с.15].

Національну конкурентоспроможність визначають на основі вивчення конкурентних переваг і слабкостей тій чи іншій країни. До конкурентних переваг країни можна віднести[1, с.101].:

- високі витрати з державного бюджету на НДДКР;
- високі витрати на розвиток людини;
- стабільність політичної і правової системи;
- частку валового внутрішнього продукту (ВВП на душу населення);
- високу тривалість життя;
- високу ефективність використання ресурсів;
- оптимальний експорт;

- низьку інфляцію;
- наявність природних ресурсів і сприятливий клімат, вигідне географічне положення;
- значну частку конкурентоспроможних організацій;
- конкурентоспроможність трудових ресурсів;
- гнучкість фінансової системи;
- динамічність внутрішнього ринку;
- відсутність державної заборгованості;
- високу освіченість населення;
- високу конкуренцію в усіх сферах діяльності;
- відкритість, високий рівень міжнародної інтеграції і кооперування;
- висока якість інфраструктури ринків і регіонів;
- низькі податкові та митні ставки;
- високу культуру бізнесу;
- високий рівень інформаційного забезпечення управління країною.

Країни ранжуються за кількістю балів, сума яких дозволяє скласти уявлення не тільки про рівень розвитку продуктивних сил, а й про гнучкість господарської системи відповідно до змін у світовій економіці. При оцінці конкурентоспроможності країни на товарних ринках може бути використана система економічних індикаторів, які характеризують[7, с.51].:

- макроекономічні умови функціонування виробників товарів;
- конкурентоспроможність країни в інтегральній, узагальненій формі як відображення положення країни на внутрішньому і зовнішньому ринках, що дозволяє відстежувати «Критичні точки», за якими генерується інформація для прийняття відповідних рішень в області макрорегулювання економіки;
- конкурентні позиції регіону, що вивчається на предмет виявлення умов, що сприяють конкурентоспроможності виробників товарів;
- позиції країни на конкретних товарних ринках;
- безпосередні економічні показники конкуруючих товарів в порівнянні з товарами-аналогами.

Так, за рівнем державних інституцій Україна посідає 104 місце (у минулому році — 110), по інфраструктурі знаходиться на 57 місці (як і в 2018-м), за рівнем впровадження технологій — на 78 місці (було - 77). За макроекономічною стабільністю України займає 133 місце (було 131), рівень охорони здоров'я — 101 місце (було 94), рівень освіти — 44 місце (було 46), ринок товарів — 57 місце (було 73). [6, с.29]

По ринку праці України зайняла 59 місце (було 66), фінансовій системі — 136 місце (було 117), обсягом ринку — 47 місце, динаміці бізнесу — 85 місце (було 86) і здатності до інновацій — 60 (було 58). [6, с.29]

Перше місце у рейтингу займає Сінгапур, який обійшов США. Далі в рейтингу розташувалися додали за останній рік Гонконг і Нідерланди, випереджаючи Швейцарію, Японію і Німеччину. [6, с.29]

Нагадаємо, Україна опинилася на 134-у місці зі 162-х країн світу в рейтингу економічної свободи. [6, с.29]

Конкурентна політика повинна забезпечувати реалізацію як економічних, так і соціальних завдань, баланс між якими визначається на політичному рівні. Ураховуючи, що в умовах глобалізації завданням держави є забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, побудованої на ринкових принципах, зокрема вітчизняної продукції на світовому та внутрішньому ринках, економічна та конкурентна політика держави є тотожними поняттями, а механізми державного регулювання конкуренції є економічними механізмами, визначеними у правовий спосіб для досягнення певної мети. Як перспективи подальших досліджень слід окреслити аналіз проблематики розвитку економічної конкуренції в умовах глобалізації економіки, насамперед питань про зміну напрямів конкурентної політики в умовах переходу України до інноваційної моделі розвитку. [7, с.29]



## Висновки до розділу 1

Підводячи підсумок аналізу змістовної сторони поняття «конкурентоспроможність національної економіки», можна зробити кілька основних висновків:

1. Конкурентоспроможність - це явище, органічно властиве ринкової системи господарювання, при якому одні виробники в силу наявності деяких ключових переваг перед іншими виробниками мають здатність найкращим чином задовольнити потреби ринку і тим самим досягають на ньому панівного становища. Наслідком цього положення стає отримання своєрідної економічної ренти двох видів - абсолютної ренти у вигляді додаткової додаткової вартості від монопольного володіння ключовими перевагами і диференціальної ренти у вигляді надлишку прибутку над середнім рівнем в силу більш високої продуктивності вкладеного в виробництво капіталу.

2. У числі ключових передумов, що забезпечують той чи інший рівень конкурентоспроможності можна виділити такі фактори виробництва - якість, ціна і рівень використання останніх. При цьому самі фактори виробництва діляться на дві різні за значимістю групи - основні або дані від природи (Земля, клімат, мінеральні ресурси, населення і т.д.) і розвинені, що формуються в результаті людської діяльності (капітал, технології, кваліфікована робоча сила і т. д.). Тривалий історичний період в економічному розвитку найбільш істотну роль грали основні фактори виробництва. Отже, конкурентна політика як комплекс цілеспрямованих заходів, направлених на створення і захист конкурентного середовища, здійснення профілактики та безпосереднє припинення порушень конкурентного законодавства, сприяння розвитку добросовісної конкуренції є важливим напрямком державного регулювання соціально-економічних процесів, без якого неможливий ефективний розвиток суспільства в умовах ринку.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

### **2.1. Організаційно – економічна характеристика підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Назва підприємства – товариство з обмеженою відповідальністю «УКР – КОР ТРЕЙД». Скорочена назва ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» [8].

Організаційно-правова форма – товариство з обмеженою відповідальністю [8].

Код ЄДРПОУ 41641374.

Юридична адреса: 01015, м.Київ, вул.Лаврська, будинок 21.

Види діяльності згідно КВЕД [9]:

Основний (детальніше зображено у Додатку Ж):

–46.45 Оптова торгівля парфумерією та косметикою.

Інші:

–82.99 Інші види допоміжного обслуговування господарської діяльності, не включені в інші категорії;

–46.69 Оптова торгівля іншою технікою і обладнанням;

–46.90 Неспеціалізована оптова торгівля;

–47.54 Роздрібна торгівля електричними побутовими приладами в спеціалізованих магазинах;

–47.71 Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах;

–47.75 Роздрібна торгівля косметичними товарами та предметами гігієни в спеціалізованих магазинах;

–47.78 Інші види роздрібної торгівлі новими товарами в спеціалізованих магазинах;

–47.91 Роздрібна торгівля через фірми, що виконують замовлення поштою і через інтернет.

ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» - оператор оптово-роздрібної торгівлі корейською косметикою на ринку України.

Зазначимо, що в конкурентних умовах серед інших підприємств ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» утримує належну позицію серед існуючих конкурентів, які будуть розглянуті у даному розділі, наразі представимо організаційну структуру суб'єкта господарювання на рис.2.1.



Рис. 2.1. Функціонально організаційна структура управління ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» (складено автором)

Найважливіші для діяльності підприємства функції (наприклад виробництво, логістика, маркетинг чи фінанси) знаходять організаційне закріплення. Для кожної з них формується ієрархія служб ("шахта"), за якої основні функціональні служби поділяються на дрібніші підрозділи, що вирішують вузькоспеціалізовані завдання. Це дає змогу підібрати у відповідні відділи кваліфікованих фахівців, які професійно виконують свою роботу, що забезпечує організації мінімізацію витрат збутової функції.

Результати роботи кожної функціональної служби оцінюються відповідними показниками. Наприклад, робота збутового відділу характеризується показниками виконання графіку збуту товарів,



продуктивності праці, терміни їх реалізації тощо. Відповідно будується й система матеріального стимулювання, яка орієнтується передусім на досягнення високих показників кожної служби. При цьому кінцевий результат ніби відходить на задній план, оскільки вважається, що всі служби тією чи іншою мірою працюють на його отримання. Аналіз зовнішнього середовища проведено за допомогою аналізу вторинної інформації. Мета аналізу зовнішнього середовища - оцінка впливу зовнішніх факторів на конкурентоспроможність діяльності компанії.

Одним з методів, за допомогою яких здійснюється аналіз зовнішнього середовища, є PEST-аналіз. В самій назві представлені ті області, які підлягають впливу, - політика, економіка, суспільство і технології. PEST-аналіз, для виявлення впливу зовнішнього середовища на ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», представлений в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

### PEST-аналіз ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

Чинники макросередовища	Фактори макросередовища
1	2
1. Економічний	Зростання рівня інфляції, розвиток економічної нестабільності, підвищення цін, що безпосередньо може позначитися на підвищенні вартості товарів досліджуваного підприємства і, як наслідок, зниження обсягу їх реалізації. Прогноз інфляції на 2020 р.- 11,6% [10].
2. Соціокультурний	1. Зниження рівня доходів населення, погіршення якості життя може зробити негативний вплив на діяльність організації, а саме, на обсяг реалізації товарів (зниження). Продукція розрахована на юридичних та фізичних осіб, але населення є кінцевим споживачем, тому зростання / зменшення доходів завжди відбивається на обсягах продажів[20].
1	2
	2. Погляди ЗМІ на діяльність підприємства. 3. Доступність кадрів.
3. Політичний / правовий	1. В країні політична нестабільність. 2. Правова поле для компанії не змінилося в частині податкових і митних пільг.
4. Технологічний	1. Підприємства галузі перебувають в ситуації конкуренції в плані розвитку сучасних технологій реалізації. 2. Підприємства в основному розвивають технології, спрямовані на вдосконалення реалізації.

Джерело: складено автором

В таблиці 2.2 визначена зважена оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Таблиця 2.2

### Зважена оцінка впливу факторів зовнішнього середовища

Чинники середовища	Вага А	Оцінка Б	Зважена оцінка В=А*Б
1. Економічні	0,3	8	2,4
2. Політико-правові	0,2	6	1,2
3. Соціокультурні	0,15	3	0,45
4. Технологічні	0,35	8	2,8
Разом	1		6,85

Джерело: складено автором

Отримані дані представлені у вигляді діаграми на рис. 2.2.

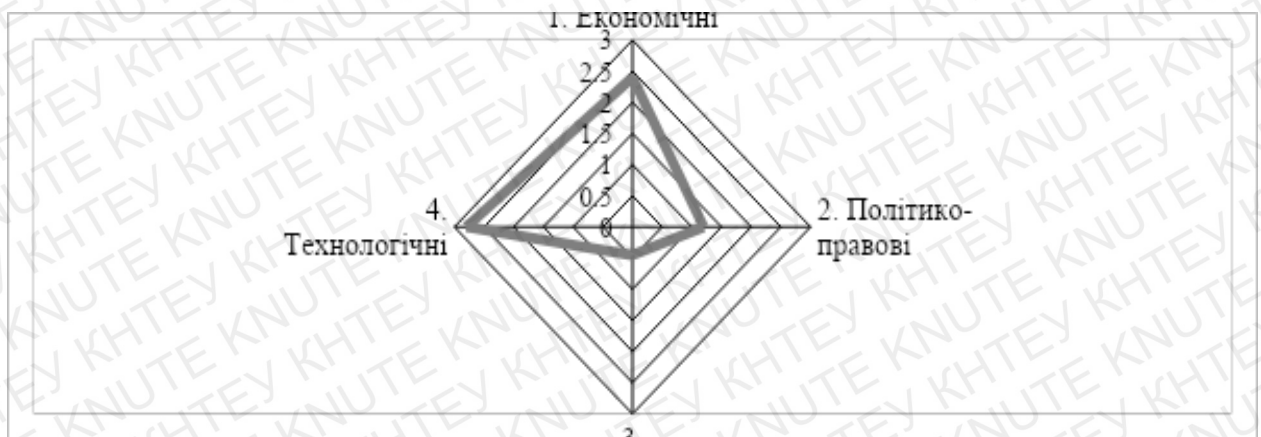


Рис. 2.2. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища (складено автором)

Найбільший вплив на діяльність ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» надають економічні чинники, технологічні та політико-правові чинники.

Відповідно, ринкові можливості полягають в розширенні ринку, збільшення економічного потенціалу країни і регіону, та купівельної спроможності партнерів. Загрози - можливе уповільнення темпів відновлення економіки, зростання податків і митних зборів, скорочення потреб в товарі через зростання конкуренції або скорочення попиту.

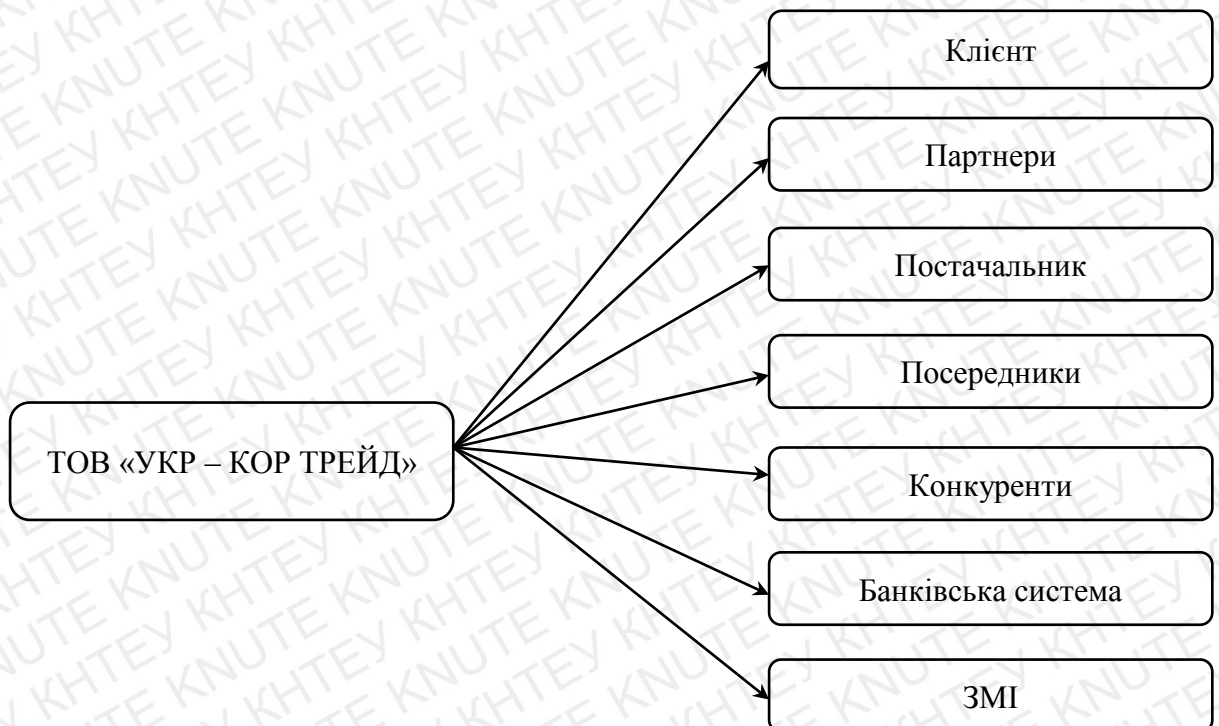
Тому слід приділити особливу увагу для подолання можливих загроз з цього боку. Вміючи грамотно аналізувати економічні і політичні чинники,



що відбуваються в країні, можна розрахувати подальші можливі економічні зміни, такі як інфляція, курси цінних паперів, процентні ставки банків, кризові ситуації, відсоток інвестування даної області, що дозволить прогнозовано брати кредити і утримати конкурентоздатні позиції в галузі торгівлі корейською продукцією.

Таким чином, за допомогою PEST-аналізу були виявлені найбільш важливі фактори зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Окрім чинників зовнішнього макросередовища на конкурентоспроможність підприємства впливають фактори мікросередовища, які мають вплив на ціноутворення, доходи, асортимент і ресурси. Дані фактори представлені на рисунку 2.3.



*Рис. 2.3. Формування зовнішнього середовища ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» (складено автором)*

Мікросередовище представлене силами, що мають безпосереднє відношення до самої компанії і її можливостей по обслуговуванню клієнтури.

Стан компанії залежить від того, наскільки успішно вона здатна реагувати на різні впливи ззовні. Аналізуючи зовнішню ситуацію, необхідно



виділяти найбільш суттєві фактори на конкретний період часу. Узагальнений перелік визначених факторів представлений в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Фактори мікросередовища і їх вплив на галузевий ринок на якому функціонує ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Попит і потреби	Конкуренція і загальна кон'юнктура ринку	Ситуація з ресурсами	Вплив мережі розподілу	Вплив суміжних галузей
Стабільне зростання числа клієнтів (покупців)	Інтенсивні коливання серед основних конкурентів компанії	Низька стабільність зв'язків з постачальниками	Стабільні зв'язки з посередниками	Нові технології, розвиток дистрибуції
Незначна зміна сегментації (в залежності від розширення асортименту товару)	Відсутність виходу на ринок рівних конкурентів	Ретельна перевірка постачальників, якості корейської продукції	Наявність кваліфікованих посередників	-
Поява нових ринкових сегментів в зв'язку з появою нових видів продукції	Середнє коливання цін в кризових ситуаціях	Можливе зростання цін на фактори дистрибуції в залежності від економічного стану країн	Укладання ексклюзивних договорів	-
Зміна потреб до якості продукту	Поява нових альянсів, покупка нових брендів	Доступність сировини в зв'язку з довгостроковими контрактами з постачальниками	Різні способи збуту продукції в залежності від країн	-
Незначний вплив зміни доходів (значний в кризу)	-	Наявність кваліфікованих кадрів	-	-

Джерело: складено автором

Аналіз ефективності діяльності підприємства ґрунтується на даних його звітних балансів за попередній період, а також іншої звітної техніко-економічної документації. Для загальної характеристики фінансового стану ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» необхідно розглянути основні економічні показники його діяльності. Ці дані представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства ТОВ  
«УКР – КОР ТРЕЙД»**

Найменування показника	Один. виміру	Роки			Відхилення, 2018 до 2017	
		2017	2018	2019	Абсолютне, +/-	Відносне, %
1.Обсяг реалізації продукції у вартісному виразі у діючих цінах	тис. грн.	934083	1220238	1511723	291485	24
3.Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	1092852	1204502	1488416	283914	24
4.Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	743292	826965	1031927	204962	25
5.Адміністративні витрати	тис. грн.	58432	64836	59596	-5240	-8
6.Витрати на збут	тис. грн.	220516	205019	246859	41840	20
7. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	278948	269855	306455	36600	14
8.Прибуток (збиток) від реалізації продукції	тис. грн.	70612	107682	150034	42352	39
9.Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	38083	77653	103560	25907	33
10.Чистий прибуток (збиток)	тис. грн.	-167582	29844	100337	70493	236
11.Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації	тис. грн.	0,92	0,91	0,89	-0,02	-2
12.Рентабельність діяльності (продаж)	%	-8,2	9,8	11	1,2	12
13.Рентабельність продукції	%	-7,5	9	10	1	11

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Інформаційними джерелами для розрахунку показників і проведення аналізу є річна і квартальна бухгалтерська звітність: Ф-1 «Баланс» (додаток А баланс за 2019, додаток В баланс за 2018, додаток Д баланс за 2017 рік), Ф-2 «Звіт про фінансові результати» (додаток Б за 2019, додаток Г за 2018, додаток Е за 2017).

Ключовим показником, що характеризує ефективність діяльності підприємства, є рентабельність продажів. У 2019 році порівнянні з 2018 роком відбулося незначне зростання на 1,2%. Інші показники рентабельності

мають таку ж динаміку, як рентабельність продажів. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації зменшилися на 0,02 грн. В цілому на підприємстві спостерігається середній рівень показників рентабельності продажів.

Динаміка обсягу реалізації продукції ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» за період 2017-2019 рр. у вартісному вимірі представлена на рис. 2.4.

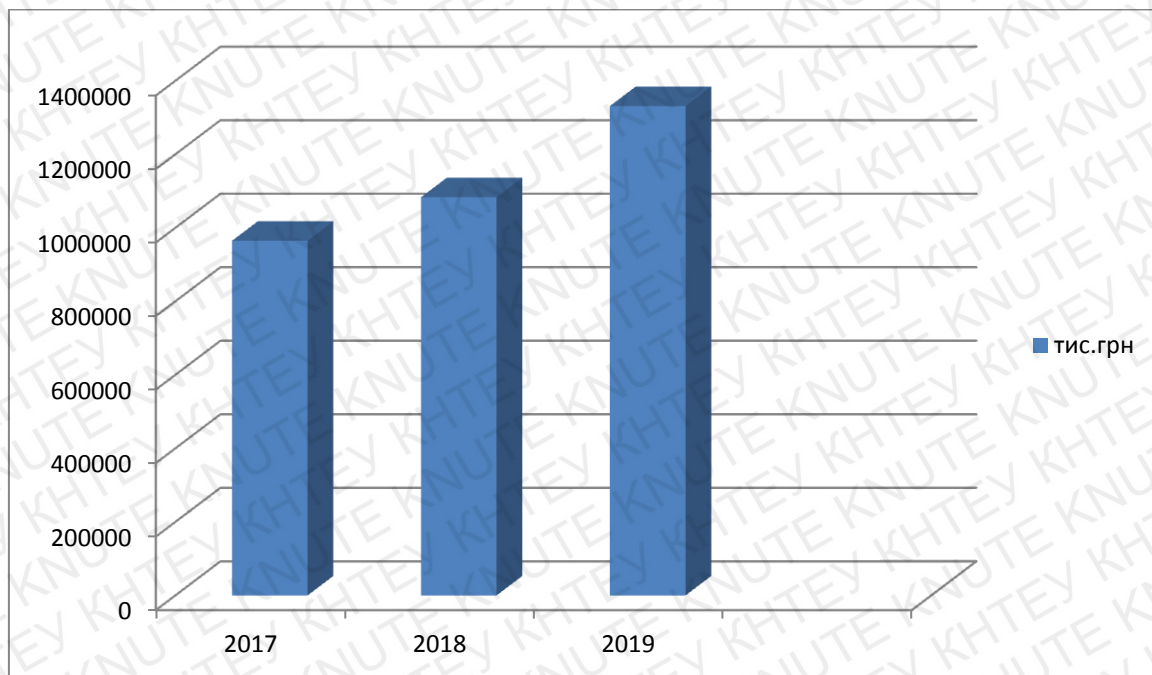


Рис. 2.4. Динаміка обсягу реалізації продукції ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», тис. грн. (складено автором)

Обсяг реалізації продукції ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» в грошову виразі стрімко зростає за реалізований період 2017-2019 роки.

Джерелами формування асортименту є: споживчий попит на товар і його особливості, а також сировину, що використовується у реалізації партнерів і належна діяльність його постачальників, що формують основу конкурентоспроможності як підприємства в цілому так і корейської продукції на вітчизняному ринку.

Дані для аналізу реалізації асортиментних груп ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» наведено в табл. 2.5.



Таблиця 2.5

**Динаміка структури асортименту продукції ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Найменування продукції	Вироблено продукції у вартісному виразі, тис. грн		Структура асортименту, %		Відхилення у структурі, %
	2018 рік	2019 рік	2018 рік	2019 рік	
Косметика	351436	423282	29	28	-1
Акcesуари і одяг	377750	438400	31	29	-2
Інші товари	491052	650041	40	43	3
Разом	1220238	1511723	100	100	0

Джерело: складено автором

Щодо обсягів реалізації ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» у вартісному виразі спостерігається зростання, при чому структура асортименту демонструє незначні коливання: збільшення частки реалізації інших товарів 3%, зменшення частки косметики на 1% та акcesуарів і одягу на 2%.

Фінансовий стан підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» та його зміну в часі за показниками платоспроможності і фінансової стійкості, що суттєво впливає на його конкурентоспроможність представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Фінансові показники ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Показник	Одиниця виміру	Середнє значення по галузі	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6
Показники платоспроможності					
Абсолютна ліквідність	-	$\geq 0,1-0,7$	0,005	0,006	0,01
Поточна ліквідність (коефіцієнт покриття)	-	$\geq 1-2$	0,69	0,97	0,97
Показники фінансової стійкості					
Коефіцієнт автономії	-	$> 0,5$	0,96	0,02	0,02
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	-	$\geq 0,1$	2,7	1,02	1,02

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4	5	6
Співвідношення власних коштів і (фінансовий леверидж)	-	>0,5	2,2	1,97	1,97

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

За підсумками аналізу даних табл. 2.6 можна зробити висновок, що у підприємства існують проблеми з платоспроможністю і фінансовою стійкістю, спостерігається зниження рентабельності продажів.

Характеристика стану основних засобів ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» наведена в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

### Аналіз стану та ефективності використання основних фондів ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

Показник	Розрахунок			Δ абс, 2018 до 2017
	2017 рік	2018 рік	2019 рік	
1) коефіцієнт зносу	0,85	0,85	0,85	0
2) коефіцієнт придатності	0,147	0,15	0,15	0
3) фондвіддача	8,06	7,98	8,66	0,68

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

На основі проведених розрахунків доцільно зауважити, що більшість основних фондів на підприємстві в поганому технічному стані, адже коефіцієнт зносу станом за 2019 рік становить 85%. Коефіцієнт придатності показує, що станом за 2019 рік 15% основних засобів були придатними для експлуатації в процесі господарської діяльності. Отже, основні фонди потребують технічного оновлення та переоснащення.

Фондвіддача показує обсяг продукції в розрахунку на 1грн. вартості основних фондів. На 2019 рік на ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» спостерігається збільшення цього показника на 0,68, що свідчить про збільшення ефективності використання основних фондів.



## 2.2.Оцінка конкурентної політики на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

Зазначимо, що для оцінки конкурентної політики на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» варто розглянути основні комунікаційні процеси, що відбуваються на підприємстві, зазначимо, що вони орієнтовані на вирішення певних завдань, які, у свою чергу, повинні відповідати цілям комунікаційної програми. Як правило, серед цих цілей є створення обізнаності споживачів про бренд, поширення інформації, формування позитивного іміджу компанії або її торгової марки. Кінцева мета будь-якої стратегії маркетингових комунікацій полягає в тому, щоб допомогти продавцю продати свій товар і таким чином зберегти і / або збільшити свій бізнес [11, с. 417-421].

Основу управління комунікаціями, що формують конкурентоспроможність на ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» розглянемо у рис.2.5.

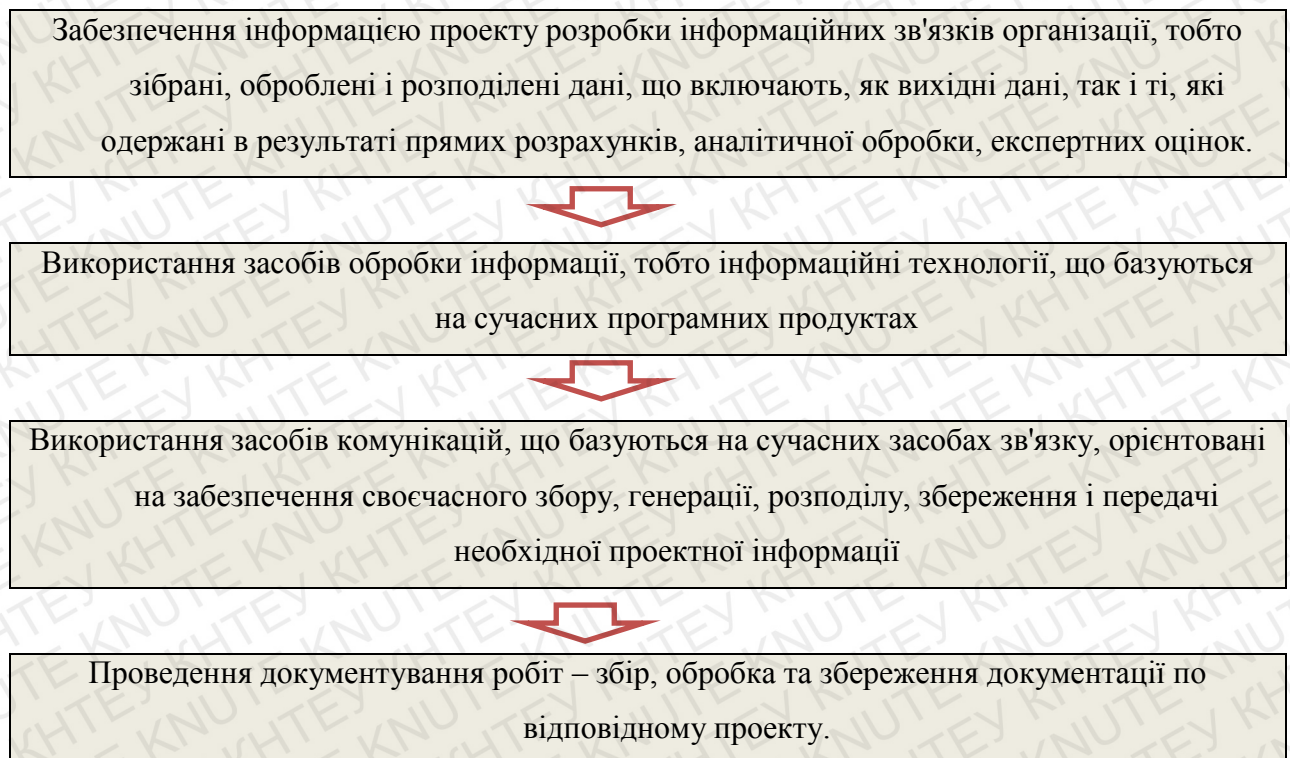


Рис.2.5 Основа управління комунікаціями ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»  
(складено автором)



Тепер розглянемо особливості управління та контролю конкурентної політики в руслі конкурентоспроможності досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» у рис.2.6.

Організація стратегічного і оперативного планування на підприємстві.
Планування відноситься до числа найбільш інтенсивно досліджуваних проблемних областей в теорії економіки реалізації. Воно займає найважливіше місце і в практичній діяльності підприємства.
Інформаційне забезпечення функціонування.
Багато підприємств стикаються з серйозною проблемою - відсутністю ефективної системи управління. Теоретичну основу пропонованих рішень цієї проблеми, як правило, становлять управлінські технології, що базуються на некоректних моделях.
Конкурентна політика підприємства.

Рис.2.6 Управління та контроль конкурентною політикою ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» (складено автором на основі аналізу [12])

У табл. 2.8 наведемо початкові дані, щоб оцінити якість продукції та якість послуг, що надаються, а також інші показники конкурентної політики і порівняємо з головними конкурентами досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Таблиця 2.8

#### Аналіз факторного показника конкурентного середовища ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

Фактори для опитування	«УКР – КОР ТРЕЙД» (1)	«Sweet and spa» (2)	«Koreacosmetic»(3)	«Seyo» (4)
Належна якість продукції	4,8	4,9	4,2	4,5
Культура обслуговування замовників	4,7	4,6	4,3	4,4
Логістичне забезпечення	4,8	4,9	4,5	4,6
Комплексність обслуговування	4,9	4,7	4,4	4,7

Джерело: складено автором на основі аналізу конкурентів

Оцінка проводилась незалежними аудиторами, які були залучені для аналізу конкурентного середовища ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і провів його серед замовників продукції і товарів, результат було надано за 5 бальною шкалою.

Опитний лист включав в себе наступні питання:

1. Як ви ставитесь до якості пропонованої продукції підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і його конкурентів?
2. Чи в належному стані культура обслуговування на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і серед його конкурентів?
3. Чи задовільняє вас якість логістичного обслуговування ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і його конкурентів?
4. Чи присутня комплексність обслуговування на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і його конкурентів?

Дані результати, визначають передумови, щоб обчислити інтегрований показник досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і визначити на цій підставі коефіцієнт конкурентоспроможності.

Узгодженість думок експертів приймалась колективно, методом найбільшої кількості голосів.

Ранг було отримано шляхом середнього арифметичного згідно отриманих результатів, його значення виявилось дробовим, тому що було сформовано важливість кожного питання опитного листа, після чого було надано дробове число кожному питанню:

- Запитання № 1 отримало ранг у вигляді показника 0,2;
- Запитання № 2 отримало ранг у вигляді показника 0,25;
- Запитання № 3 отримало ранг у вигляді показника 0,3;
- Запитання № 4 отримало ранг у вигляді показника 0,25;

Інтегральне значення було отримано шляхом отриманого показника по кожному запитанню кожного конкурентного підприємства, зокрема і ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», зазначимо, що дані показники було сформовано за значущістю, вищевикладені показники характеризують дану значущість,



після чого встановлена норма інтегрального показника для кожного питання була помножена на отриману одиничну оцінку фірму, у результаті чого було визначено інтегрований факторний показник підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» та його конкурентів.

Власне, використовуючи дані табл.2.8, побудуємо табл. 2.9, у якій відобразимо оцінку конкурентоспроможності досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і його конкурентів.

Пронумеруємо дистриб'юторів:

- 1) «УКР – КОР ТРЕЙД»;
- 2) «Sweet and spa»;
- 3) «Koreacosmetic»;
- 4) «Seyo».

Таблиця 2.9

**Оцінка основних конкурентів досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Фактор конкурентоспроможності за комунікаціями	Параметрична одинична оцінка фірми (gi)				Ранг фактора, (Ri)	Інтегрований (груповий) факторний показник фірми, (Ii)			
	1	2	3	4		1	2	3	4
Належна якість продукції	4,8	4,9	4,2	4,5	0,2	0,96	0,98	0,84	0,9
Техніка, та культура обслуговування замовників	4,7	4,6	4,3	4,4	0,25	1,175	1,15	1,075	1,1
Логістичне забезпечення	4,8	4,9	4,5	4,6	0,3	1,44	1,47	1,35	1,38
Комплексність обслуговування	4,9	4,7	4,4	4,7	0,25	1,225	1,175	1,1	1,175
Сумарна оцінка, (S)					<b>1,00</b>	4,8	4,775	4,365	4,555

Джерело: складено автором



Власне коефіцієнт конкурентоспроможності комунікаційних процесів буде дорівнювати одиниці, для того підприємства, яке має найбільшу сумарну оцінку за всіма факторними показниками [13].

Згідно проведеного аналізу, найбільшу сумарну оцінку, за факторними показниками отримав ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» - 4,8.

Досліджуване підприємство є лідером серед обраних конкурентів, за рівнем комунікаційної політики, саме тому коефіцієнт конкурентоспроможності дорівнює 1.

Проаналізуємо дані показники для обраних конкурентних виробників різноманітних напоїв:

А. Підприємство «Sweet and spa»:  $4,775 / 4,8 = 0,995$ .

Б. Підприємство «Koreacosmetic»:  $4,365 / 4,8 = 0,909$ .

В. Підприємство «Seyo»:  $4,555 / 4,8 = 0,948$ .

Згідно результатів проведеного дослідження, слід зазначити, що за усіма проаналізованими показниками, найбільш конкурентоспроможним у процесах власної діяльності є ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД». Що стосується інших конкурентів, їх конкурентоспроможність конкурентної політики знаходиться в межах від 0,9 до 1. При проведенні аналізу конкурентного середовища ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», було проведено аналіз конкурентів за ціновою політикою.

Згідно даного дослідження виявлено, що ціни в досліджуваному підприємстві, знаходяться майже в однакових рамках, з ціновою політикою конкурентів.

## **Висновки до розділу 2**

У даному розділі було проаналізовано загальну організаційну структуру досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», було надано його фінансового – економічну характеристику і визначено, У 2019 році порівнянні з 2018 роком відбулося незначне зростання на 1,2%. Інші

показники рентабельності мають таку ж динаміку, як рентабельність продажів. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації зменшилися на 0,02 грн. В цілому на підприємстві спостерігається середній рівень показників рентабельності продажів.

Джерелами формування асортименту є: споживчий попит на товар і його особливості, а також сировина, що використовується виробниками партнерами і належна діяльність постачальників, що формують основу конкурентоспроможності як підприємства в цілому так і корейської продукції на вітчизняному ринку.

Щодо обсягів реалізації ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» у вартісному виразі спостерігається зростання, при чому структура асортименту демонструє незначні коливання: збільшення частки реалізації інших товарів 3%, зменшення частки косметики на 1% та аксесуарів і одягу на 2%.

За підсумками аналізу даних табл. 2.6 можна зробити висновок, що у підприємства існують проблеми з платоспроможністю і фінансовою стійкістю, спостерігається зниження рентабельності продажів.

На основі проведених розрахунків доцільно зауважити, що більшість основних фондів на підприємстві в поганому технічному стані, адже коефіцієнт зносу станом за 2019 рік становить 85%. Коефіцієнт придатності показує, що станом за 2019 рік 15% основних засобів були придатними для експлуатації в процесі господарської діяльності. Отже, основні фонди потребують технічного оновлення та переоснащення.

Також було розглянуто конкурентну політику досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і визначено, що за усіма проаналізованими показниками, найбільш конкурентоспроможним у процесах функціонування є ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД». Що стосується інших конкурентів, їх конкурентоспроможність комунікаційної політики знаходиться в межах від 0,9 до 1. При проведенні аналізу конкурентного середовища ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», було проведено аналіз конкурентів за ціновою політикою. Також було проведено PEST – аналіз, з метою

виявлення тих чи інших факторів зовнішнього середовища, показав, які фактори найбільше впливають на організацію і за допомогою його, можна передбачити показники впливу даних факторів на конкурентоспроможність досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Підсумовуючи, зазначимо, що дослідження конкурентного ринку підприємств – дистриб'юторів, є досить суттєвим і потребує ретельного аналізу, щоб визначити слабкі і сильні сторони того, чи іншого підприємства, що і буде розглянуто у наступному розділі.



### РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» ЯК СКЛАДОВОЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

#### 3.1. Організація і впровадження конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

На сучасному етапі розвитку дистрибуції корейської косметики і різноманітних інших товарів в Україні сформувалось досить сильне конкурентне середовище, у даному розділі буде розглянуто інструментарій, щодо розробки ефективної організації і впровадження конкурентної політики у ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Щоб дослідити і сформуванати належну ефективну систему конкурентної політики у ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» спочатку проведемо SWOT-аналіз у табл.3.1.

*Таблиця 3.1*

#### SWOT-аналіз підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

Можливості (O)	Загрози (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зменшення відсоткових ставок для бізнесу (4,5)</li> <li>- Європейська інтеграція України (4)</li> <li>- Розвиток франшизи підприємства на міжнародній арені (4,8)</li> <li>- Розповсюдження сучасних тенденцій (4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зниження купівельної спроможності населення (-8,0)</li> <li>- Загострення конкуренції (-4,9)</li> <li>- Карантинні обмеження (-10,0)</li> </ul>
Сили (S)	Слабкості (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Мережа збуту (2,5)</li> <li>- Позиція на ринку (2)</li> <li>- Високий рівень співпраці між ланками в управлінні (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Привабливість партнерства (-0,45)</li> <li>- Прийнятність цін (-0,4)</li> <li>- Якість продукції (-0,3)</li> <li>- Привабливість знижок (-0,3)</li> <li>- Широта асортименту (-0,1)</li> <li>- Слабке інформаційне забезпечення (-0,4)</li> <li>- Затратність на інновації. (-0,1)</li> </ul>

Джерело: складено автором

Тепер проведемо комбінацію у заключній таблиці 3.2, об'єднаємо можливості і загрози, сили і слабкості досліджуваного підприємства.

Таблиця 3.2

**Комбінована матриця SWOT-аналізу підприємства ТОВ «УКР – КОР  
ТРЕЙД»**

	<p align="center"><b>Можливості (О)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Зменшення відсоткових ставок для бізнесу (4,5)</li> <li>- Європейська інтеграція України (4)</li> <li>- Розвиток франшизи підприємства на міжнародній арені (4,8)</li> <li>- Розповсюдження сучасних тенденцій (4)</li> </ul>	<p align="center"><b>Загрози (Т)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Зниження купівельної спроможності населення (-8,0)</li> <li>- Загострення конкуренції (-4,9)</li> <li>- Карантинні обмеження (-7,0)</li> </ul>
<p align="center"><b>Сили (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Мережа збуту (2,5)</li> <li>- Позиція на ринку (2)</li> <li>- Високий рівень співпраці між ланками в управлінні (1)</li> </ul>	<p><b>Поле SO</b> <b>(«Максі-Максі»)</b></p>	<p><b>Поле ST</b> <b>(«Максі-Міні»)</b></p>
<p align="center"><b>Слабості (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Привабливість партнерства (-0,45)</li> <li>- Прийнятність цін (-0,4)</li> <li>- Якість продукції (-0,3)</li> <li>- Привабливість знижок (-0,3)</li> <li>- Слабке інформаційне забезпечення (-0,4)</li> <li>- Затратність на інновації (-0,1)</li> </ul>	<p><b>Поле WO</b> <b>(«Міні-Максі»)</b></p> <p>Розробити програму маркетингових комунікацій, а також інноваційних впроваджень у конкурентну політику, збільшити лояльність споживачів, сформувати ефективну систему конкурентоспроможного підприємства.</p>	<p><b>Поле WT</b> <b>(«Міні-Міні»)</b></p>

Джерело: складено автором

Згідно проведеного SWOT – аналізу було визначено поле «Міні – максі», що свідчить про необхідність спрямування діяльності на розвиток підприємства і формування конкурентної політики, що зможе перетворити слабкі сторони на сильні і формат дистриб'ютора ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» зможе утримувати належну позицію на вітчизняному ринку ритейлерів.

Щодо лояльності споживачів, зазначимо, що досліджуване підприємство пропонує споживачам, товар високої якості, акцентуючи увагу на корейській продукції. Необхідним шляхом у кризовий період може виступати збільшення кількості акційних пропозицій на певні категорії продукції, наприклад підвищити на категорію напоїв і сформувані конкурентоспроможність.

Основу складової конкурентної політики і її організації, може становити внутрішньофірмовий маркетинг, що є однією зі складових маркетингу і відіграє значущу роль у конкурентоспроможності підприємств, важливість якого є перш за все в тому, що функції маркетингу спрямовані на пошук оптимального рішення завдання, яке відповідатиме очікуванням споживачів та ресурсам підприємства [14].

Розвиток і впровадження належного сучасного інструментарію для підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» обумовлює актуальність досліджуваної проблематики.

Мета внутрішньофірмового маркетингу полягає в тому, щоб допомогти службовцям надати клієнту ті послуги, якими він буде задоволений [15].

Тепер розглянемо особливості управління та організації внутрішньомаркетингової діяльності як складової конкурентоспроможності, яку можна запропонувати як один із елементів системи конкурентної політики досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» у табл.3.3.



Таблиця 3.3

**Управління та організація внутрішньоринкової діяльності в конкурентній політиці підприємства**

Організація стратегічного і оперативного планування на підприємстві.
Планування відноситься до числа найбільш інтенсивно досліджуваних проблемних областей в теорії економіки реалізації. Воно займає найважливіше місце і в практичній діяльності підприємства.
Інформаційне забезпечення маркетингу.
Багато підприємств стикаються з серйозною проблемою - відсутністю ефективної системи управління. Теоретичну основу пропонованих рішень цієї проблеми, як правило, становлять управлінські технології, що базуються на некоректних моделях.
Комунікативна підфункція маркетингу.

Джерело: складено автором на основі аналізу [16]

Знаючи і розуміючи мету та принципи внутрішньоринкового маркетингу будь-яке підприємство зможе використати ці знання для формування і організації конкурентної політики [23].

Проведемо оцінку внутрішньоринкового маркетингу підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД». Внутрішньоринковий маркетинг досліджуваного підприємства включає в себе наступні моменти [24]:

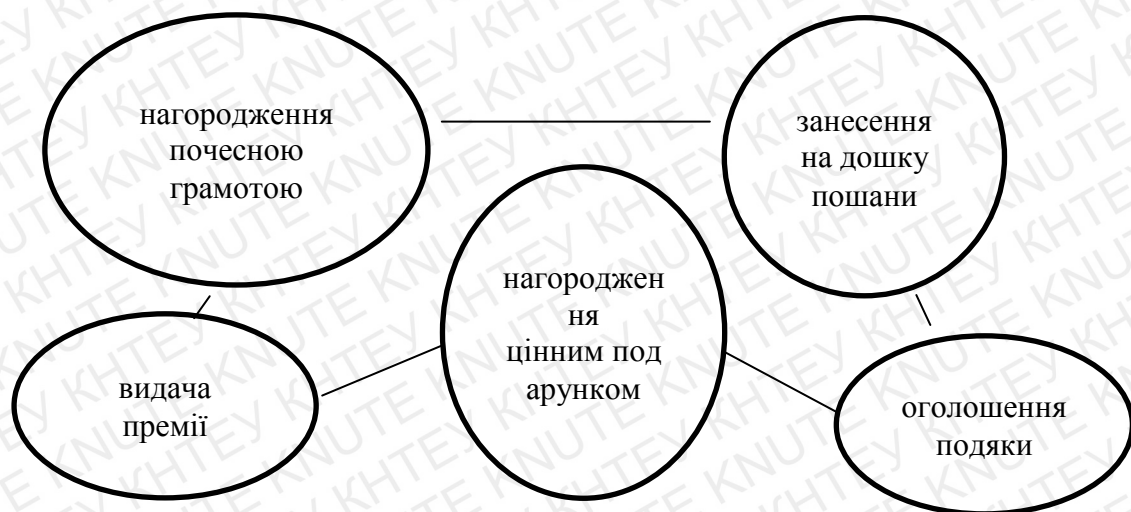
1. Введення культури обслуговування.
2. Розвиток маркетингового підходу до управління кадрами.
3. Поширення маркетингової інформації серед службовців.
4. Введення системи заохочення та нагородження.

Основних рівні внутрішньоринкового планування ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» це місія компанії і стратегія компанії.

Ці рівні планування необхідні підприємству, оскільки саме вони задають компанії напрямки для розвитку і надають осмисленість дій для будь-якого співробітника[25].

Підсумком роботи відділу внутрішньофірмового маркетингу має бути позитивна динаміка та аналіз досягнень (з тими, що біли заплановані заздалегідь)[17].

За зразкове виконання трудових обов'язків, підвищення продуктивності праці, поліпшення якості послуг, тривалу і бездоганну роботу, новаторство і за інші досягнення в роботі на підприємстві запропонуємо наступні винагороди, для впровадження в систему конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», адже заохочення працівників допоможе сформувати більш якісне виконання поставлених завдань кожного співробітника, адже така система мотивації, знаходить своє відображення в організації конкурентної політики підприємства, зобразимо у рис.3.1.



*Рис.3.1. Система винагороди працівників ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»*

*(складено автором)*

Тобто, найважливішим завданням організації конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», є формування у своїх співробітників любові до своєї роботи та відданості їй. Головним завданням ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» є переведення низькопродуктивних і середньо продуктивних працівників у категорію високопродуктивних.

Також для організації конкурентної політики необхідно забезпечити функціонування комунікаційного обміну між відділами за допомогою більш

ефективного використання яких, ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», зможе отримати належну конкурентоспроможність на ринку, дані шляхи зобразимо у табл.3.4

Таблиця 3.4

### Організація комунікаційного обміну між відділами у конкурентній політиці

Можливість	Застосування
Більш ретельне регулювання інформаційних потоків;	Керівнику слід більш ретельно оцінювати якісну і кількісну сторону своїх інформаційних потреб, а також інших споживачів інформації в організації. А інформаційні потреби залежать в значній мірі від цілей керівника, рішень, які він приймає і характеру показників особистої оцінки роботи, відділів і служб, а також підлеглих.
Удосконалення управлінських дій;	Ці дії повинні бути спрямовані на удосконалення обміну інформацією між відділами та співробітниками (короткі зустрічі, оперативні наради, контакти з підлеглими). Завдяки плануванню, реалізації і контролю слід формувати додаткові можливості управлінського дійства в напрямку удосконалення інформаційного обміну підприємства. Обговорення нових планів, варіантів стратегії, цілей, необхідних для більш ефективної реалізації наміченого, контроль за виконанням робіт, звіти по результатам контролю є додатковою дією підвладною керівникові.
Удосконалення системи зворотнього зв'язку;	Зворотній зв'язок складає частину контрольно-управлінської інформаційної системи в організації. Керівнику слід переборювати відстань між собою і підлеглими шляхом створення більш продуманої системи комунікацій, яка гарантує проходження повідомлення до кожного підлеглого.



## Продовження табл.3.4

Можливість	Застосування
Удосконалення системи збору пропозицій, яка запроваджується в цілях надходження інформації до керівного складу.	Реалізується у вигляді анонімних пропозицій, які працівники опускають у спеціальні скриньки. Таким чином, обмін інформацією в організації може поліпшувати систему зворотнього зв'язку.
Впровадження інформаційних бюлетенів, публікацій.	Підприємству слід почати видавати щомісячні бюлетені. В них публікуються статті з оглядом пропозицій управління організацією, реалізацією нових товарів, нових умов контракту, які пропонує адміністрація.

Джерело: складено автором

Як було зазначено, на підприємстві, функції внутрішньофірмового маркетингу виконують співробітники відділу маркетингу. Через це ми пропонуємо створити відділ внутрішньофірмового маркетингу, який буде складатися з 2 або 3 ініціативних людей. Саме вони будуть виконувати функції внутрішньофірмового маркетингу і прийматимуть участь у формуванні конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

Одним із ефективних інструментів організації конкурентної політики є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг – являє собою систематичний процес, щодо вивчення і оцінки продуктів, бізнес – процесів, організаційних структур, фінансових показників, а також стратегій розвитку компаній, метою бенчмаркінгу виступає удосконалення функціонування підприємства на ринку і покращення його конкурентної політики [18,26].

Перевагою використання бенчмаркінгу для конкурентної політики у порівнянні з іншими інструментами є [19, с.814]:

- на основі результатів аналізу показників, функцій, процесів та стратегій інших підприємств можливо з мінімальними фінансовими витратами вдосконалити бізнес-процеси компанії;
- використовувати досвід конкурентів та успішних підприємств з неконкурентного середовища, що дає змогу скоротити витрати, підвищити

прибуток і оптимізувати вибір стратегії діяльності;

– орієнтація на кращі практики з подальшим синергуванням результатів дозволяє досягати рівня конкурентів і перевершити його.

Досліджуваному підприємству ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» запропонуємо виконати сім етапів, для організації конкурентної політики що представлені на рис. 3.2.

Сьомий етап	запровадити план дій;
Шостий етап	визначити напрями покращення;
П'ятий етап	зібрати і проаналізувати дані;
Четвертий етап	обрати еталон для порівняння;
Третій етап	визначити перелік показників;
Другий етап	сформувати команду спеціалістів;
Перший етап	обрати об'єкт бенчмаркінгу.

*Рис. 3.2. Етапи проведення бенчмаркінгу на підприємстві ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» (складено автором)*

Запорукою високої ефективності проведення бенчмаркінгу на ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» є успішний вибір об'єкта проведення аналізу.

Підсумовуючи, слід зазначити, що організація і впровадження конкурентної політики в діяльність ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» залежить від процесів розроблення і втілення різноманітних заходів відносно аналізу, моніторингу, підтримання лояльних взаємовідносин із покупцями і замовниками, що у результаті збільшує можливості організації та величину отриманого прибутку для дистриб'ютора корейської косметики та інших товарів.

### **3.2.Шляхи вдосконалення конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Даний розділ присвячено напрямкам удосконалення конкурентної політики підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД». Сформуємо програму



рекомендацій, щодо вдосконалення конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» розглянемо склад програми:

а) запропонуємо інструментарій для покращення конкурентної політики у сфері управління/організації діяльності досліджуваного підприємства, так як він впливає на його діяльність вцілому;

б) запропонуємо шляхи покращення діяльності і головні аспекти функціонування досліджуваного підприємства у період виходу із карантину;

Спочатку запропонуємо вдосконалення організаційної структури досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», на рисунку 3.3 в результаті проведених досліджень і аналізу конкурентної політики підприємства, було обрано комплексну систему управління підприємством (КСУП) ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і запропонуємо її як один із інструментів поліпшення конкурентного становища за рахунок вдосконаленої організації.

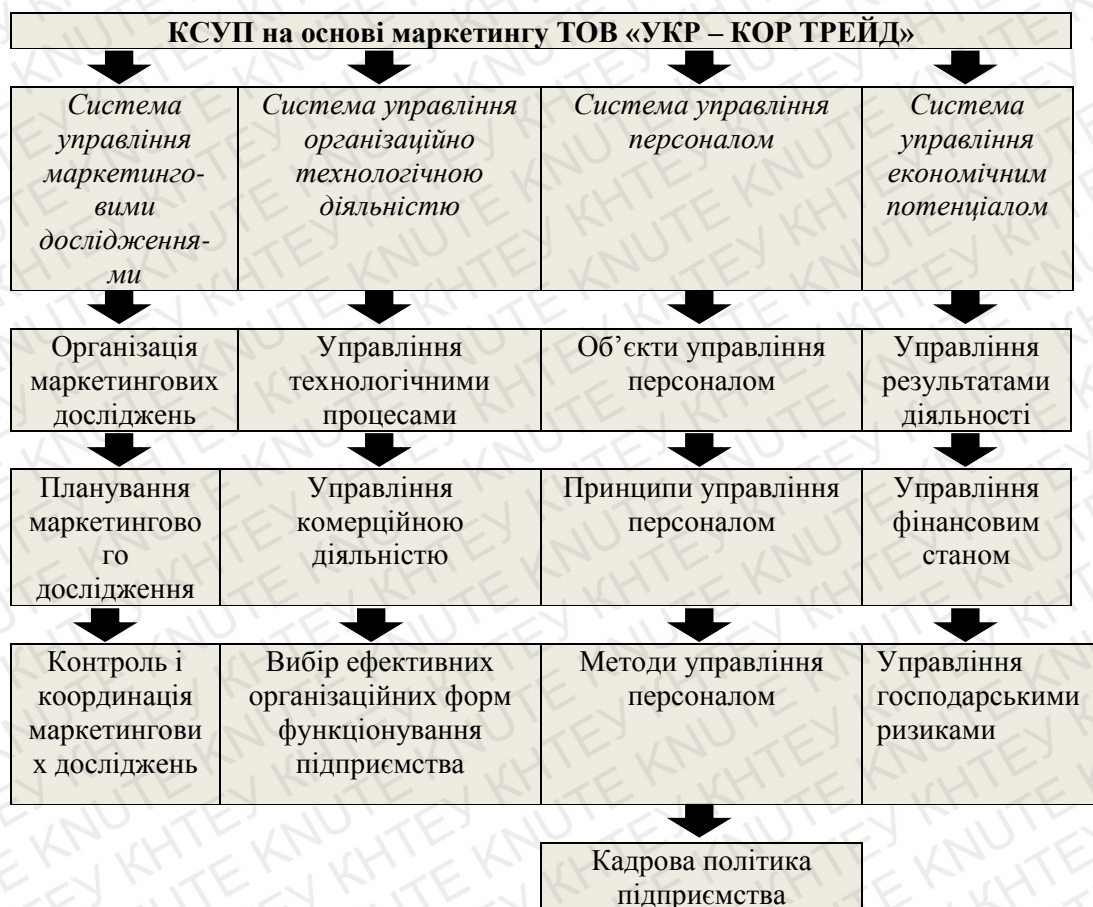


Рис. 3.3 Запропонована комплексна система вдосконалення організаційної структури ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»



Запропонована комплексна система управління підприємством (КСУП) відрізняється від наявної більш розгорнутою організаційною структурою і наявними функціональними блоками управління комунікаційними процесами на ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», їй притаманні 3 рівня, а саме:

1. Місія підприємства;
2. Цілі підприємства;
3. Приватні системи управління на підприємстві;

Тепер, варто звернути увагу на тренди та інструментарій задля стимулювання власного збуту, залучення нових клієнтів та підвищенні їх лояльності до дистриб'ютора. Пропонується сформувати зусилля на підприємстві і більш краще розвинути свою діяльність у просуванні свого бренду мережі інтернет, на підставі власних спостережень після карантину світ сколихне декілька трендів, спробуємо їх описати у табл .3.5.

Таблиця 3.5

### Тренди після карантину

Тренд	Інструментарій	Результат
Збільшення попиту на використання онлайн послуг	Ненав'язлива реклама, оптимізований ресурс, проведення різноманітних заохочень, лід-магніти	Збільшення відвідуваності он-лайн ресурсу, покращення збутової діяльності
Більше контенту за менший час	Створення графічних матеріалів, он-лайн баннерів, розіграшів, акційних пропозицій у лендинговому форматі корейської продукції	Чим змістовніше викладена інформація про товар/послугу, тим краще можна завоювати прихильність споживача
Витрачати кошти за необхідності	Акційні пропозиції, належний графічний матеріал-опис товару/послуги, створення штучної потреби у продукті, послугах, за рахунок якості і доцільності	Збільшення замовлень, стимулювання збуту
Пересуватись пішим ходом, власним транспортом, таксі	Зменшення попиту на транспорт, призведе до неефективності реклами по радіо, та у транспортних засобах, краще рефінансувати в он-лайн комплекс просування.	При збільшенні фінансування он-лайн маркетинг і діджиталізацію підприємство буде розвиватись
Електронні розрахунки	Партнерство з онлайн-банкінгами вітчизняного ринку, прайс-агрегатори	Кешбек для споживача, стимулювання збуту для підприємства

Джерело : складено автором на основі власних спостережень

Як бачимо згідно таблиці 3.5. головні тренди також вплинуть на діяльність ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», наведено інструментарій як можна ці тренди монетизувати для досліджуваного підприємства і на підставі власних

спостережень спрогнозовано результат від впровадження інструментарію. Сформуємо перелік основних підходів до впровадження в програму покращення конкурентної політики і її управління на досліджуваному підприємстві:

1. Єдиний стиль спілкування у всіх комунікаційних процесах (сайт, соціальні мережі), оберемо дружній стиль, проаналізувавши ефективність такого стилю спілкування на базі краудфандингового онлайн-сервісу Kabanchik.ua(фріланс-портал), зазначимо що споживачі більш лояльно і завзято користуються платформою, на основі цього дружнього стилю можна впровадити лайв чат із привітним персоналом, також створити чат бота для мережі Telegram, монетизація діяльності у цій мережі, зростає щоквартально по всіх сегментах бізнесу. Також варто розробити власні комунікаційні прийоми (в тому числі звертання, фрази, які зазвичай не використовуються при звичайному офіційному спілкуванні з клієнтами та у інших представників).

2. Пропонуємо вдосконалення бренду корейської продукції, по декільком напрямкам, зобразимо у рис.3.4.



Рис.3.4. Три «кити» сучасного бренду товару(складено автором).

а) Назва, пропозиція і бренд товару в цілому, повинні запам'ятовуватись шляхом викликання емоцій, адже клієнт може не згадати де і що саме купував востаннє, але побачивши товар – спіймає пов'язану емоцію.

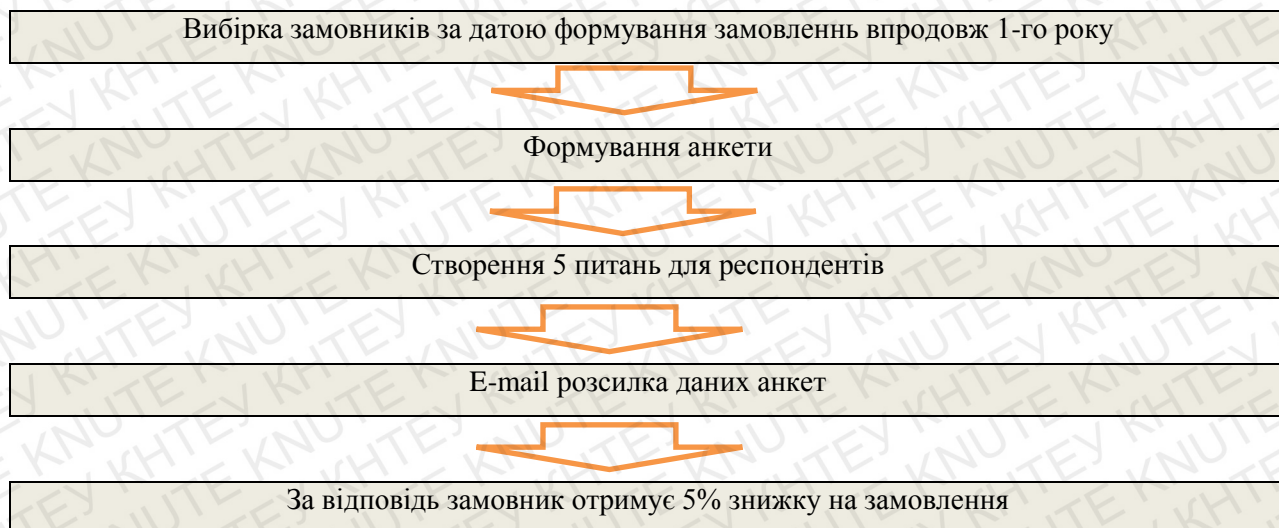


Звичайно, наобум запускати «активатори емоцій» не варто, потрібна ґрунтовна робота з аватарами покупців.

б) Формування системи позитивних асоціацій ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» – дуже важлива складова, наприклад маркетплейс AliExpress, в Україні асоціюють із Китаєм та не завжди хорошою якістю, необхідно створити належні елементи, з якими можна асоціювати досліджуване підприємство і його корейську продукцію.

в) Створення нового слогану – це те, що відкладеться у підсвідомості споживача і забезпечить подальшу покупку у магазині, де реалізується продукція виробника у разі необхідності, завдяки вдосконаленій комунікативній системі управління на підприємстві.

Було проведено аналіз попереднього опитування замовників корейської продукції, у результаті чого було виявлено прогнозну оцінку від впровадження вдосконаленої конкурентної політики в діяльність ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», що зобазимо у схемі проведеного опитування респондентів у рис.3.5.



*Рис.3.5. Процес проведеного опитування респондентів(складено автором)*

Респондентами для проведення опитування стали замовники продукції досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» за 2019 рік.



Опитний лист включав в себе перелік наступних питань для відкритих відповідей, всього питань було 5 зобразимо їх у табл.3.6.

Таблиця 3.6

### Перелік питань опитного листа

1.Заповнити ініціали опитуваного та певну інформацію про себе.
2.Чому саме корейську продукцію ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»?
3.Що вас не задовільняє в корейських товарах ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»?
4.Які бачите можливості для себе користуючись корейською продукцією?
5.Які поради могли б надати, для подальшого впровадження в конкурентну систему ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»?

Джерело: складено автором

55% опитаних респондентів зазначили, що перш ніж скористатись корейською продукцією ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» обирали серед інших дистриб'юторів, за ціною політикою, сервісом.

40% опитаних респондентів відверто зазначили, що цінова політика на товари дещо вища серед конкурентів, яких було розглянуто у розділі 2.

23% опитаних респондентів вказали, що не зрозуміло чим насправді відрізняються замовлення у ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» від конкурентів, тобто не зрозуміло чи існує програма лояльності для постійних клієнтів.

17% опитаних респондентів зазначили, що як основного продавця можуть обрати одного з конкурентів.

Для вирішення даної проблематики запропонуємо алгоритм обслуговування споживачів, адже, він є досить важливою складовою у формуванні належних шляхів вдосконалення конкурентної політики досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД». Зазначимо, що дана методика потребує спеціалістів, адже постає важливим питання, щодо проведення аналізу дій кожного конкретного замовника, щоб на базі цього отримувати загальні статистичні відомості, які надаються можливий сценарій поведінки замовника зобразимо у табл.3.7.

Таблиця 3.7

## **Сценарій поведінки замовника корейської продукції ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»**

Потенційний замовник прочитав корисну йому статтю на інтернет-порталі або в соціальній мережі про корейську продукцію
Зателефонував на підприємство ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»
Переглянув перелік продукції, що реалізує підприємство
Через декілька днів за допомогою запропонованих програм лояльності зателефонував
Проконсультувався з фахівцем
Оформили замовлення
Отримав бонус 5% за пройдене анкетне опитування

Джерело: складено автором

Дуже важливо аналізувати кожного замовника ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і налагоджувати з ним комунікативні зв'язки, адже він згодом може стати постійним клієнтом і приносити підприємству прибуток, за рахунок якого буде можливо утримувати належну конкурентну позицію на ринку, як головного гравця, звичайно якщо таких клієнтів буде багато.

### **Висновки до розділу 3**

У даному розділі було досліджено нові тренди, які з'являться після карантину і вплинуть на діяльність всього бізнесу, але підприємство ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» зможе належним чином спрямувати нові тенденції собі на користь, також як напрям покращення конкурентної політики і впровадження організаційних вдосконалень у діяльність належним чином відобразиться на показниках досліджуваного підприємства. Також було запропоновано впровадити інноваційну систему КСУП, за допомогою неї стане можливим вдосконалити складну організаційну структуру на підприємстві. З метою вдосконалення конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» було запропоновано звернути увагу на безліч чинників і умов співпраці як з замовниками продукції, так і з комунікуванням товарного шляху виробник – магазин – покупець, за допомогою створення асоціовань, запам'ятовувань

товарів – новинок, або ж формування належного представлення про підприємство ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

В сучасному середовищі ведення бізнесу важлива кожна деталь, що зможе забезпечити належне функціонування і утримання позиції на конкурентному ринку.



## ВИСНОВКИ

У першому розділі було узагальнено поняття «конкурентоспроможність» і визначено, що це явище, органічно властиве ринкової системи господарювання, при якому одні виробники в силу наявності деяких ключових переваг перед іншими виробниками мають здатність найкращим чином задовольнити потреби ринку і тим самим досягають на ньому панівного становища. Було зазначено, що наслідком цього положення стає отримання своєрідної економічної ренти двох видів - абсолютної ренти у вигляді додаткової додаткової вартості від монопольного володіння ключовими перевагами і диференціальної ренти у вигляді надлишку прибутку над середнім рівнем в силу більш високої продуктивності вкладеного в виробництво капіталу.

Такж було зазначено, що конкурентна політика як комплекс цілеспрямованих заходів, направлених на створення і захист конкурентного середовища, здійснення профілактики та безпосереднє припинення порушень конкурентного законодавства, сприяння розвитку добросовісної конкуренції є важливим напрямком державного регулювання соціально-економічних процесів, без якого неможливий ефективний розвиток суспільства в умовах ринку.

У другому розділі було проаналізовано загальну організаційну структуру досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», було надано його фінансового – економічну характеристику і визначено, У 2019 році порівнянні з 2018 роком відбулося незначне зростання на 1,2%. Інші показники рентабельності мають таку ж динаміку, як рентабельність продажів. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації зменшилися на 0,02 грн. В цілому на підприємстві спостерігається середній рівень показників рентабельності продажів.

Було зазначено, що джерелами формування асортименту стали: споживчий попит на товар і його особливості, а також сировина, що

використовується у виробництві партнерами, а також належна діяльність його постачальників, що формують основу конкурентоспроможності як підприємства в цілому так і корейської продукції на вітчизняному ринку.

Щодо обсягів реалізації ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» у вартісному виразі спостерігається зростання, при чому структура асортименту демонструє незначні коливання: збільшення частки реалізації інших товарів 3%, зменшення частки косметики на 1% та аксесуарів і одягу на 2%.

За підсумками аналізу даних табл. 2.6 можна зробити висновок, що у підприємства існують проблеми з платоспроможністю і фінансовою стійкістю, спостерігається зниження рентабельності продажів.

На основі проведених розрахунків доцільно зауважити, що більшість основних фондів на підприємстві в поганому технічному стані, адже коефіцієнт зносу станом за 2019 рік становить 85%. Коефіцієнт придатності показує, що станом за 2019 рік 15% основних засобів були придатними для експлуатації в процесі господарської діяльності. Отже, основні фонди потребують технічного оновлення та переоснащення.

Також було розглянуто конкурентну політику досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» і визначено, що за усіма проаналізованими показниками, найбільш конкурентоспроможним у процесах функціонування є ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД». Що стосується інших конкурентів, їх конкурентоспроможність комунікаційної політики знаходиться в межах від 0,9 до 1. При проведенні аналізу конкурентного середовища ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД», було проведено аналіз конкурентів за ціновою політикою. Також було проведено PEST – аналіз, з метою виявлення тих чи інших факторів зовнішнього середовища, показав, які фактори найбільше впливають на організацію і за допомогою його, можна передбачити показники впливу даних факторів на конкурентоспроможність досліджуваного підприємства ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

У третьому розділі було досліджено нові тренди, які з'являться після карантину і вплинуть на діяльність всього бізнесу, але підприємство ТОВ

«УКР – КОР ТРЕЙД» зможе належним чином спрямувати нові тенденції собі на користь, також як напрям покращення конкурентної політики і впровадження організаційних вдосконалень у діяльність належним чином відобразиться на показниках досліджуваного підприємства. Також було запропоновано впровадити інноваційну систему КСУП, за допомогою неї стане можливим вдосконалити складну організаційну структуру на підприємстві. З метою вдосконалення конкурентної політики ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД» було запропоновано звернути увагу на безліч чинників і умов співпраці як з замовниками продукції, так і з комунікуванням товарного шляху виробник – магазин – покупець, за допомогою створення асоціювань, запам'ятовувань товарів – новинок, або ж формування належного представлення про підприємство ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД».

В сучасному середовищі ведення бізнесу важлива кожна деталь, що зможе забезпечити належне функціонування і утримання позиції на конкурентному ринку.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Матюшенко І. Ю. Перспективи розвитку конвергентних технологій в країнах світу й Україні для вирішення глобальних проблем: [монографія]. Харків, 2017. 448 с.
2. Гудзь О. Є. Стратегічні напрями формування конкурентних переваг підприємств / О. Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес. — 2018. — № 3 (25). — С. 4—11.
3. Пеняк Ю. С. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства / Ю. С. Пеняк // Інфраструктура ринку. — Одеса, 2018. — Вип. 23. — С. 138—143.
4. Луцик Ю. О. Місце України в загальному рейтингу конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Ю. О. Луцик // Modern Economics. — 2018. — Режим доступу : <https://modecon.mnau.edu.ua/place-of-ukraine-in-globalcompetitiveness>.
5. Стахів О.А. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / О.А. Стахів, Т.Л. Адамчук // Економіка і суспільство. — 2017. — Вип. 12. — С. 360-365
6. Батюк Л.А. Інноваційно-технологічні чинники глобального економічного розвитку / Л.А. Батюк, В.В. Антощенкова // Інтелект XXI: наук.журн. / Нац. ун-т харч. технол., Ін-т проблем конкуренції. — 2019. — Випуск № 1. — С. 29-32.
7. Брич В. Я., Охота В. І. Міжнародна конкурентоспроможність країн в умовах глобалізації: моногр. — Тернопіль : ТНЕУ, 2019. — 212 с.
8. Інформаційний портал звітності підприємств // [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <https://www.ua-region.com.ua/41641374>.
9. Інформаційний портал звітності підприємств «You Control» // [Електронний ресурс]/ Режим доступу: [https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company\\_details/41641374/](https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/41641374/).

10. Кабмин повысил прогноз инфляции на 2020 год до 11,6% [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: [https://lb.ua/economics/2020/04/03/454395\\_kabmin\\_povisil\\_prognoz\\_inflyatsii.html](https://lb.ua/economics/2020/04/03/454395_kabmin_povisil_prognoz_inflyatsii.html).
11. Інформаційний ресурс [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://posibniki.com.ua/post-ocinka-efektivnosti-kompleksu-marketingovih-komunikac>.
12. Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование. – М.: Дело, 2016 – 345с.
13. Шив, Чарльз Д. Курс МВА по маркетингу : [пер. с англ. под ред. А.Куницыша, Р.Шамгунова] / Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайзм. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 716 с
14. Соловьева Ю.П. Внутренний маркетинг как элемент рыночной ориентации организации // Режим доступу: <http://www.mavriz.ru/articles/2005/4/6381.html>.
15. Федорченко А. В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика : монографія / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. університет ім. Вадима Гетьмана»; // Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/19749>.
16. Окунєва О.В. Аналіз моделей внутрішнього маркетингу // Режим доступу: <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2018/2/vnutrishn-marketing-yak-chinnik-uspishnoyi-diyalnosti-pidpriyemstva/>.
17. Лисенко А.Ю., Голикова Т.П. Застосування сучасних інформаційних технологій – майбутнє підприємств. Національний університет харчових технологій. «Молодий вчений» • № 1 (53) • січень, 2018 р.
18. Гончарук А.Г. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства / А.Г. Гончарук // Економіка: реалії часу. – Одеса : Одеський національний політехнічний університет. – 2017. – № 1(27). – С. 12–15.

19. Харченко Т. Б. Підвищення конкурентоспроможності банківського сектору України на основі впровадження бенчмаркінгу / Т. Б. Харченко// Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип. 11. – 2018.– С. 813–816.
20. Бараш Ю. С. Менеджмент: навч. посіб. для студентів ВНЗ залізн. трансп. Дніпропетровськ : ДНУЗП ім. В. Лазаряна, 2015 . 80 с
21. Мескон, Майкл Х. Основы менеджмента : [Учебник]: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; Общ. ред. и вступ. ст. Л. И. Евенко. - 3-е изд. - М. : Дело, 2015. - 704 с.
22. Пилипенко А.А., Пилипенко С.М., Отенко В.І. Менеджмент. Навчальний посібник. - ХДЕУ. - Х.: Видавничий Дім ІНЖЕК, 2005. – 456 с.
23. Вахович І.М., д.е.н., професор Вахович В.Р., Наукова стаття «ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА», – Режим доступу : [file:///C:/Users/USER/Desktop/ecfor\\_2017\\_2\\_34%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/USER/Desktop/ecfor_2017_2_34%20(5).pdf).
24. Хмарська І. А. Хмельницький національний університет сутність та значення комплексу маркетингових комунікацій підприємств/ І. А. Хмарська //Вісник Хмельницького національного університету 2016, № 6, т. 2. – с.114-118.
25. Куліняк І.Я., Базарко С.В. Оцінка і підвищення ефективність маркетингових діяльності підприємств. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2017. Вип. 2 (8). С. 94-100
26. Пономарьова Н.М. Новітні підходи до сучасних маркетингових комунікацій / Н.М. Пономарьова, А.М. Пономарьов // ХНАДУ. – 2015. – № 3 – С. 75-86.



# ДОДАТКИ

## Баланс на 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2018 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	19 416	19 260
первісна вартість	1001	169 950	173 831
накопичена амортизація	1002	150 534	154 571
Незавершені капітальні інвестиції	1005	5 657	4 815
Основні засоби	1010	140 292	137 905
первісна вартість	1011	935 067	936 564
знос	1012	794 775	798 659
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>165 380</b>	<b>161 995</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	322 993	310 711
Виробничі запаси	1101	247 609	239 375
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	69 047	63 076
Товари	1104	6 337	8 260
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховання	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	203 058	288 126
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	50 273	25 549
з бюджетом	1135	25 340	15 482
у тому числі з податку на прибуток	1136	942	798
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	10 586	2 012
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	2 013	8 948
Готівка	1166	1	7
Рахунки в банках	1167	2 012	8 941
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-



## Продовження додатку А

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	13 034	7 458
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>627 297</b>	<b>658 286</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>792 677</b>	<b>820 281</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	349 093	699 528
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	48 414	48 414
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 064 831)	(964 494)
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
Вилучений капітал	1430	( - )	( - )
Інші резерви	1435	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(667 324)</b>	<b>(216 552)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відтерчені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 033 192	8 237
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань		-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>1 033 192</b>	<b>8 237</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	525	12
товари, роботи, послуги	1615	348 100	207 286
розрахунками з бюджетом	1620	694	5
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	757	162
розрахунками з оплати праці	1630	2 742	3 365
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	486	1 713
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	5 722	8 209
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відтерчені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	67 783	807 844
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>426 809</b>	<b>1 028 596</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>V. Чиста вартість активів державного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>792 677</b>	<b>820 281</b>



## Звіт про фінансові результати за 2019 рік

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за Рік 2018 р.

Форма N2 Код за ДКУД 1801003

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 488 416	1 204 502
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	2010	-	-
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-
<i>премії, передані у перестраховання</i>	2012	-	-
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	-	-
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 1 031 927 )	( 827 614 )
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070	-	-
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	456 489	376 888
збиток	2095	( - )	( - )
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	2105	-	-
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	2110	-	-
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	-	-
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	20 929	16 802
<i>у тому числі:</i>	2121	-	-
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	( 59 596 )	( 64 857 )
Витрати на збут	2150	( 246 859 )	( 206 153 )
Інші операційні витрати	2180	( 67 403 )	( 46 946 )
<i>у тому числі:</i>	2181	-	-
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	103 560	75 734
збиток	2195	( - )	( - )
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1 107	243
Інші доходи	2240	217 866	24 430
<i>у тому числі:</i>	2241	-	-
<i>дохід від благодійної допомоги</i>			
Фінансові витрати	2250	( 9 081 )	( 35 120 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( - )	( - )
Інші витрати	2270	( 213 115 )	( 36 591 )
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	-	-



## Продовження додатку Б

<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	100 337	28 696
збиток	2295	( - )	( - )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	100 337	28 696
збиток	2355	( - )	( - )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>100 337</b>	<b>28 696</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	805 883	698 201
Витрати на оплату праці	2505	103 046	84 285
Відрахування на соціальні заходи	2510	18 880	14 518
Амортизація	2515	27 797	38 720
Інші операційні витрати	2520	287 499	235 075
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>1 243 105</b>	<b>1 070 799</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

## Баланс на 31 грудня 2018 року

## Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2017 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	32063	19416
первісна вартість	1001	165415	169950
накопичена амортизація	1002	133352	150534
Незавершені капітальні інвестиції	1005	9539	5657
Основні засоби	1010	133548	140292
первісна вартість	1011	909139	935067
знос	1012	775591	794775
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>175165</b>	<b>165380</b>



## Продовження додатку В

1	2	3	4
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	291525	322993
<i>Виробничі запаси</i>	1101	231336	247609
<i>Незавершене виробництво</i>	1102	0	0
<i>Готова продукція</i>	1103	55706	69047
<i>Товари</i>	1104	4483	6337
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестраховання</i>	1115	0	0
<i>Векселі одержані</i>	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	159746	203058
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	28948	50273
з бюджетом	1135	37732	25340
у тому числі з податку на прибуток	1136	942	942
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів</i>	1140	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків</i>	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9052	10586
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2635	2013
<i>Готівка</i>	1166	1	0
<i>Рахунки в банках</i>	1167	2634	2012
Витрати майбутніх періодів	1170	370	0
<i>Частка перестраховика у страхових резервах</i>	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
<i>резервах довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резервах збитків або резервах належних виплат</i>	1182	0	0
<i>резервах незароблених премій</i>	1183	0	0
<i>інших страхових резервах</i>	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	8529	13034
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>538537</b>	<b>627297</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>713702</b>	<b>792677</b>

## Продовження додатку В

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	349093	349093
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	48414	48414
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1039446)	(1009602)
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(641939)</b>	<b>(612095)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	675295	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	271734	1033192
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>947029</b>	<b>1033192</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	63751	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	1125	525
товари, роботи, послуги	1615	312905	338400
розрахунками з бюджетом	1620	578	694
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	634	757
розрахунками з оплати праці	1630	2198	2742
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	15128	13257
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	5444	5722
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	6849	9483
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>408612</b>	<b>371580</b>

## Продовження додатку В

1	2	3	4
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>713702</b>	<b>792677</b>

а



## Звіт про фінансові результати за 2018 рік

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2017 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1204502	1092852
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	<i>2010</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Премії підписані, валова сума</i>	<i>2011</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Премії, передані у перестраховання</i>	<i>2012</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	<i>2013</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	<i>2014</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 826965 )	( 743292 )
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	<i>2070</i>	<i>( 0 )</i>	<i>( 0 )</i>
<b>Валовий:</b>	<b>2090</b>	<b>377537</b>	<b>349560</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2095</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 0 )</b>
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	<i>2105</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	<i>2110</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	<i>2111</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	<i>2112</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Інші операційні доходи	2120	16366	28006
<i>Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	<i>2121</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2122</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	<i>2123</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Адміністративні витрати	2130	( 64836 )	( 58432 )
Витрати на збут	2150	( 205019 )	( 220516 )
Інші операційні витрати	2180	( 46395 )	( 60535 )
<i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	<i>2181</i>	<i>( 0 )</i>	<i>( 0 )</i>
<i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2182</i>	<i>( 0 )</i>	<i>( 0 )</i>
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>	<b>2190</b>	<b>77653</b>	<b>38083</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2195</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 0 )</b>
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	243	274
Інші доходи	2240	24430	101819
<i>Дохід від благодійної допомоги</i>	<i>2241</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Фінансові витрати	2250	( 35914 )	( 89243 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 36568 )	( 218515 )
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	<i>2275</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>	<b>2290</b>	<b>29844</b>	<b>0</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2295</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 167582 )</b>

## Продовження додатку Г

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b> прибуток	<b>2350</b>	<b>29844</b>	<b>0</b>
збиток	2355	( 0 )	( 167582 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	(26683)
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>0</b>	<b>(26683)</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>0</b>	<b>(26683)</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>29844</b>	<b>(194265)</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	698201	661022
Витрати на оплату праці	2505	84285	73067
Відрахування на соціальні заходи	2510	14518	12332
Амортизація	2515	38720	40698
Інші операційні витрати	2520	235075	233820
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>1070799</b>	<b>1020939</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

## Баланс на 31 грудня 2017 року

## Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2016 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	48303	32063
первісна вартість	1001	160359	165415
накопичена амортизація	1002	112056	133352
Незавершені капітальні інвестиції	1005	4326	9539
Основні засоби	1010	137728	133548
первісна вартість	1011	894817	909139
знос	1012	757089	775591
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
<i>первісна вартість інвестиційної нерухомості</i>	<i>1016</i>	0	0
<i>знос інвестиційної нерухомості</i>	<i>1017</i>	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
<i>первісна вартість довгострокових біологічних активів</i>	<i>1021</i>	0	0
<i>накопичена амортизація довгострокових біологічних активів</i>	<i>1022</i>	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	15	15
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
<i>Гудвіл</i>	<i>1050</i>	0	0
<i>Відстрочені аквізиційні витрати</i>	<i>1060</i>	0	0
<i>Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах</i>	<i>1065</i>	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>190372</b>	<b>175165</b>



## Продовження додатку Д

1	2	3	4
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	248123	291525
<i>Виробничі запаси</i>	1101	168339	231336
<i>Незавершене виробництво</i>	1102	0	0
<i>Готова продукція</i>	1103	63230	55706
<i>Товари</i>	1104	16554	4483
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестраховання</i>	1115	0	0
<i>Векселі одержані</i>	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	160258	159746
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	36164	28948
з бюджетом	1135	31068	37732
у тому числі з податку на прибуток	1136	942	942
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів</i>	1140	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків</i>	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12237	9052
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	944	2635
<i>Готівка</i>	1166	2	1
<i>Рахунки в банках</i>	1167	942	2634
Витрати майбутніх періодів	1170	370	370
<i>Частка перестраховика у страхових резервах</i>	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
<i>резервах довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резервах збитків або резервах належних виплат</i>	1182	0	0
<i>резервах незароблених премій</i>	1183	0	0
<i>інших страхових резервах</i>	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	9596	8529
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>498760</b>	<b>538537</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>689132</b>	<b>713702</b>

## Продовження додатку Д

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	349093	349093
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	26683	0
Додатковий капітал	1410	48414	48414
<i>Емісійний дохід</i>	1411	0	0
<i>Накопичені курсові різниці</i>	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(898547)	(1039446)
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(474357)</b>	<b>(641939)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	532573	675295
Інші довгострокові зобов'язання	1515	250385	271734
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
<i>Довгострокові забезпечення витрат персоналу</i>	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
<i>Благодійна допомога</i>	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
<i>резерв довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резерв збитків або резерв належних виплат</i>	1532	0	0
<i>резерв незароблених премій</i>	1533	0	0
<i>інші страхові резерви</i>	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату діжек-пону	1545	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>782958</b>	<b>947029</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	50248	63751
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	1125
товари, роботи, послуги	1615	285501	312905
розрахунками з бюджетом	1620	395	578
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	899	634
розрахунками з оплати праці	1630	1692	2198
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	26429	15128
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	7413	5444
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	7954	6849
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>380531</b>	<b>408612</b>

## Продовження додатку Д

1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	689132	713702



## Звіт про фінансові результати за 2017 рік

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2016 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1092852	996657
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	<i>2010</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Премії підписані, валова сума</i>	<i>2011</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Премії, передані у перестраховання</i>	<i>2012</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	<i>2013</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	<i>2014</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 743292 )	( 685733 )
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	<i>2070</i>	<i>( 0 )</i>	<i>( 0 )</i>
<b>Валовий:</b>	<b>2090</b>	<b>349560</b>	<b>310924</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2095</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 0 )</b>
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	<i>2105</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	<i>2110</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	<i>2111</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	<i>2112</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Інші операційні доходи	2120	28006	49198
<i>Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	<i>2121</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2122</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	<i>2123</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Адміністративні витрати	2130	( 58432 )	( 49987 )
Витрати на збут	2150	( 220516 )	( 202322 )
Інші операційні витрати	2180	( 60535 )	( 83221 )
<i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	<i>2181</i>	<i>( 0 )</i>	<i>( 0 )</i>
<i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2182</i>	<i>( 0 )</i>	<i>( 0 )</i>
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>	<b>2190</b>	<b>38083</b>	<b>24592</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2195</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 0 )</b>
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	274	915
Інші доходи	2240	101819	251647
<i>Дохід від благодійної допомоги</i>	<i>2241</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Фінансові витрати	2250	( 89243 )	( 70212 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 218515 )	( 543544 )
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	<i>2275</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>	<b>2290</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2295</b>	<b>( 167582 )</b>	<b>( 336602 )</b>

## Продовження додатку Е

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>	<b>2350</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
прибуток			
збиток	2355	( 167582 )	( 336602 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	(26683)	(43067)
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>(26683)</b>	<b>(43067)</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>(26683)</b>	<b>(43067)</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>(194265)</b>	<b>(379669)</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	661022	642593
Витрати на оплату праці	2505	73067	58186
Відрахування на соціальні заходи	2510	12332	17279
Амортизація	2515	40698	41984
Інші операційні витрати	2520	233820	204075
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>1020939</b>	<b>964117</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0



## Загальна характеристика ТОВ «УКР – КОР ТРЕЙД»

Полное наименование юридического лица (по состоянию на 02.12.2020)	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ УКР-КОР ТРЕЙД	
Сокращенное название	ТОВ "УКР-КОР ТРЕЙД"	
Название на английском	LIMITED LIABILITY COMPANY UKR-KOR TRADE (UKR-KOR TRADE LLC)	
Название по-украински	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "УКР-КОР ТРЕЙД"	
Статус юридического лица (по состоянию на 02.12.2020)	<input checked="" type="checkbox"/> Не пребывает в процессе прекращения	
Код ЄГРПОУ	41641374	
Дата регистрации	06.10.2017 (3 года 1 месяц)	
Уполномоченное лицо	ГОЛЬЦОВ ІЛЛЯ СЕРГІЙОВИЧ	
Размер уставного капитала	1 000 000,00 грн.	
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью	
Форма собственности	Негосударственная собственность	
Виды деятельности	Основной: 46.45 Оптовая торговля парфюмерией и косметикой  Другие:	Активация Wi Чтобы активирова раздел "Параметр