

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

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**“Детермінанти розвитку експортоорієнтованого виробництва в Україні”  
на матеріалах ТОВ «Айсберг» ЛТД, м.Одеса**

Студентки 2 курсу, 1 мз  
групи, спеціальності 051  
«Економіка»  
спеціалізації «Міжнародна  
економіка»

Погрібної  
Марини  
Вікторівни

---

*підпис*

Науковий керівник, доктор  
економічних наук, професор

Федун Ігор  
Леонідович

---

*підпис*

Гарант освітньої  
програми  
к.е.н., професор кафедри  
світової економіки

Кудирко Людмила  
Петрівна

---

*підпис*

**Київ 2020**

## АНОТАЦІЯ

**Погрібна М. В. Детермінанти розвитку експортоорієнтованого виробництва в Україні ТОВ «Айсберг» ЛТД. – Рукопис.**

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття наукового ступеня магістра за спеціальністю 051. – Економіка. – КНТЕУ. – Київ, 2020.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена дослідженню детермінантів розвитку експортоорієнтованого підприємств України на прикладі ТОВ «Айсберг» ЛТД та на цій основі розробці напрямів удосконалення управління діяльністю підприємства.

Аналізуються особливості розвитку експортоорієнтованого виробництва. Здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Айсберг» ЛТД.

На основі проведеного дослідження міжнародної, комерційної та інвестиційної діяльності ТОВ «Айсберг» ЛТД було обрано приймаючу країну ТОВ «Айсберг» ЛТД у контексті вдосконалення міжнародної діяльності. Під час дослідження основних напрямів вдосконалення управління фінансовою діяльністю ТОВ «Айсберг» ЛТД було розроблено відповідні пропозиції та здійснено прогностичну оцінку ефективності цих заходів.

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна діяльність, зовнішня торгівля, експорт, експортний потенціал, експортоорієнтоване виробництво, євроінтеграції.

## SUMMARY

**Pogribna M. V. Determinants of development of export-oriented production in Ukraine of LLC "Aisberg" LTD. – Manuscript.**

Graduation qualification work for the master's degree in the specialty 051. – Economic. – KNUTE. – Kyiv, 2020.

The final qualifying work is devoted to the study of determinants of development of export-oriented production in Ukraine on the example of LLC «Aisberg» LTD and on this basis to develop areas for improving the management of international activities of the enterprise.

Peculiarities of international activity of investment holding companies are analyzed. The analysis of financial and economic activity of LLC «Aisberg» LTD is carried out.

Based on the study of international, commercial and investment banking activities of LLC «Aisberg» LTD, the host country of LLC «Aisberg» LTD was selected in the context of improving international activities. During the study of the main directions of improving the management of financial activities of LLC «Aisberg» LTD proposals were proposed to improve the management of international activities of the bank and a forecast assessment of the effectiveness of the proposed measures.

**Keywords:** foreign economic activity, foreign trade, export, export potential, export-oriented production, European integration.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1.....	5
<b>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ВИРОБНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ .....</b>	<b>5</b>
1.1 Теоретичні аспекти розвитку експортоорієнтованого виробництва.....	5
1.2 Аналіз світового ринку холодильного обладнання .....	122
Висновки до розділу 1 .....	17
РОЗДІЛ 2.....	188
2.1 Оцінка факторів впливу зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «Айсберг ЛТД» .....	18
2.2 Аналіз ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД».....	255
Висновки до розділу 2.....	33
РОЗДІЛ 3.....	344
<b>НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ВИРОБНИЦТВА ТОВ «Айсберг ЛТД».....</b>	<b>34</b>
3.1 Напрями підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» .....	34
3.2 Прогнозна оцінка ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» .....	41
Висновки до розділу 3.....	49
ВИСНОВКИ .....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	54
ДОДАТКИ .....	59

## ВСТУП

Сьогодні в умовах інституційних перетворень, розвитком євроінтеграційних процесів в Україні, для багатьох вітчизняних підприємств економічна сфера перетворилась на досить перспективний інструмент подальшого розвитку та зростання рівня їх конкурентоспроможності. Разом із цим, вітчизняні підприємства не можуть розглядати зовнішній ринок в якості ще одного каналу збуту через значні якісні відмінності внутрішнього та зовнішнього його сегменту, що характерно для країн, які розвиваються, та для розвинених країн.

Так, коли внутрішній ринок українських підприємств суттєво відстає за своїм розвитком та інфраструктурою від зовнішнього ринку, ефективна зовнішньоекономічна діяльність здійснює значний вплив на зростання й подальший розвиток підприємств. Зараз переважною більшістю підприємств використовується функціональний підхід до управління підприємством загалом та здійсненням зовнішньоекономічної діяльності зокрема. Такий підхід полягає в тім, що усі функції підприємства представляються окремо, незалежно один від одного, що призводить до розриву єдиного ланцюжка системи управління. Об'єктивний результат цього підходу до управління підприємством та їх зовнішньоекономічної діяльності зокрема - збільшення чисельності апарату управління, утворення функціональних бар'єрів, ускладнення комунікацій між підрозділами та створення перешкод на шляху упровадження нових технологій, зменшення рівня їх конкурентоспроможності як на зовнішньому, так й на внутрішньому ринку тощо.

Можливість країни зайняти належне місце в глобальній економіці залежить від можливостей її фірм утримати гідне положення на світових ринках. При цьому необхідним є врахування тенденцій світового розвитку й проведення відповідно до цих тенденцій політики, спрямованої не лише на

зниження витрат на виробництво й реалізацію продукції, адже також необхідно комплексно підвищувати ефективність як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які забезпечують гідний рівень їх конкурентоспроможності.

Підвищення експортного потенціалу та загальної конкурентоспроможності підприємства - запорука підвищення конкурентоспроможності країни. В поняття конкурентоспроможності підприємства вкладається його спроможність виробляти конкурентоспроможну на конкретному ринку продукцію, яка має переваги по відношенню до інших підприємств певної галузі усередині країни або за її межами. Таким чином, досить актуальним стає питання підвищення експортного потенціалу вітчизняних підприємств агробізнесу.

Мета дослідження полягає у розробці напрямів удосконалення експортної діяльності українських підприємств та підвищення їх ефективності.

Досягнення поставленої мети вимагає розв'язання наступних завдань дослідження:

- проаналізувати наукові підходи до забезпечення розвитку експортоорієнтованого виробництва;
- здійснити аналіз світового ринку холодильного обладнання;
- оцінити фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «Айсберг ЛТД»;
- провести аналіз ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД»;
- навести напрями підвищення ефективності експортної діяльності підприємства;
- надати прогностичну оцінку ефективності експортної діяльності підприємства.

Об'єкт дослідження - принципи та механізм здійснення експортної діяльності підприємства.

Предметом дослідження є особливості експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» та її ефективність.

Методи дослідження:

- методи теоретичного пізнання, за допомогою яких було розкрито сутність, значення та принципи здійснення експортної діяльності підприємства;
- методи економічного аналізу, за допомогою яких було проведено аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства та ефективності його експортної діяльності;
- діалектичний й абстрактно-логічний (при узагальненні та формулюванні висновків).

Структуру дослідження представлено вступом, трьома основними розділами, висновками, списком використаних джерел та додатками.

Практичне значення дослідження полягає в розробленні шляхів підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД», які дозволять підвищити конкурентоспроможність підприємства та його продукції на зовнішньому ринку.

Інформаційна база дослідження представлена нормативно-правовими актами, матеріалами навчальних посібників та підручників, наукових статей, Інтернет-джерел та бухгалтерської звітності досліджуваного підприємства.

## РОЗДІЛ 1

### ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ВИРОБНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ

#### 1.1 Теоретичні аспекти розвитку експортоорієнтованого виробництва

Інтеграційні процеси у міжнародній торгівлі та вибір країнами стратегічних партнерів і формування з ними регіональних торговельних угод стають визначальними у забезпеченні економічного росту економік і підвищенні добробуту суспільств. Для розвинутих індустріальних країн Західної Європи у 1980-х рр. та трансформаційних країн Центральної та Східної Європи, що почали з ними інтегруватись наприкінці 20-століття, зовнішня торгівля стала визначальним фактором економічного зростання, що призвело до зміни парадигми їхньої спеціалізації – відбувся якісний перехід торговельної структури від міжсекторних торгових потоків, що пояснювались принципом порівняльної переваги, до інтенсифікації внутрішньосекторних торговельних потоків диференційованих капіталомістких і наукомістких товарів, який базується на виробничій і бізнесовій агломерації, та посилення якісних позицій виробничо-торговельної спеціалізації спільного ринку ЄС.

В сучасних умовах економічний успіх у світовому господарстві неможливий без активної участі країн в міжнародних торговельних зв'язках. Практика показує, що ще жодній країні не вдалося створити здорову у всіх аспектах економіку, ізолювавшись від глобальної економічної системи. Саме міжнародна торгівля є основною формою зв'язку між товаровиробниками різних країн, формуючи їх економічну взаємозалежність [67, с. 212]. У процесі ідентифікації сутності експортної діяльності першим кроком є дослідження змісту понять «експорт», «експортна діяльність» у законодавчих актах, а також в економічній літературі.



У процесі ідентифікації сутності експортної діяльності першим кроком є дослідження змісту понять «експорт», «експортна діяльність» у законодавчих актах, а також в економічній літературі. Оскільки значна кількість науковців вважають експортну діяльність однією з основних видів зовнішньоекономічної діяльності, а в багатьох випадках навіть, безумовно, це передбачають, то доцільним є паралельне вивчення сутнісних характеристик понять (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Сутнісна характеристика понять «експорт» та «експортна діяльність»

Джерело	Зміст поняття	Ключова характеристика
1	2	3
Бестужева С.В. [3; 4]	Експорт – продаж продукції суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України (резидентами) іноземним суб'єктам господарської діяльності (нерезидентам), враховуючи оплату у не-грошовій формі, з вивезенням чи без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт	Продаж, вивезення
Гавура В.О. [9]	Експортні операції передбачають продаж і вивезення продукції за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагентові	Продаж, вивезення
Господарський кодекс України [11]	Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання – це господарська діяльність, яка у процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном та/або робочою силою	Перетинання, господарська діяльність
Закон України «Про ЗЕД» [38]	Експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів	Продаж, вивезення
Захарчук Т. [16]	Експортна діяльність підприємств – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок	Етапи виходу

Продовження табл. 1.1

1	2	3
Лаврів І.М. [18]	Передбачає продаж і вивезення товарів за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту	Продаж, вивезення
Мазаракі А.А. [22]	Експортна операція – діяльність, що передбачає продаж та вивезення продукції за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту	Продаж, вивезення
Стельмашук Н.А. [40]	Експортна діяльність підприємства – це комплекс активних дій, що здійснюється підприємством, з метою продажу товару на закордонному ринку	Комплекс дій
Свириденко Р.І. [43]	Експорт – транспортування будь-якого товару чи послуги вітчизняного виробництва за межі країни чи регіону	Транспортування
Павленко І.І., Варяниченко О.В., Навроцька Н.А. [31]	Експортні операції – комерційна діяльність, пов'язана з продажем та вивозом продукції вітчизняного виробництва за кордон	Продаж, вивезення
Пилипенко Ю.І. [34]	Експорт розглядається як специфічний вид трансграничної взаємодії суб'єктів міжнародної економічної діяльності, який характеризується певною структурою (спрямованістю) процесу, умовами і правилами ведення, а також наслідками і результатами, які досягаються у процесі даного виду взаємодії і тільки через цей вид	Взаємодія
Бранч А.Е. [34]	Було виявлено, що для економіки нації є сенс спеціалізуватися на певних видах діяльності та виробляти ті товари, для яких вона користується найбільшими перевагами; потім їх обмінювати на продукції країн, що мають переваги в інших галузях, що породжує торгівлю, засновану на «законі порівняльних витрат»	Передумови виникнення експорту
Федосов О. [42]	Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій експортоорієнтованих підприємств з урахуванням обраної зовнішньоекономічної стратегії, форм і методів роботи на ринку іноземного партнера	Сукупність функцій

Джерело: розроблено автором

Проведене дослідження змісту понять дозволило встановити, що «експорт» та «експортна діяльність» є:

- спорідненими поняттями, оскільки в обох випадках використовуються для опису відносин підприємства з іноземним споживачем;

- відмінними поняттями, експорт - це лише операція з продажу та транспортування продукції іноземному суб'єкту господарської діяльності, а експортна діяльність передбачає комплекс дій з виходу підприємства на зовнішній ринок.

Дослідження змісту світової економічної співпраці дало можливість сформулювати суб'єктно-ієрархічний підхід до експортної діяльності підприємств (рис. 1.1).

Враховуючи вищезазначене, експортну діяльність підприємства, на нашу думку, може бути представлено у вигляді трикомпонентної моделі, яка має наступні структурні елементи:

- базові ресурси підприємства, які забезпечують виконання виробничо-господарських й організаційно-економічних функцій та процедур господарської діяльності підприємств на внутрішньому ринку та планування його виходу на зовнішні ринки. В певному розумінні, це є його перед експортною діяльністю [36, с. 16];

- реструктуризація є цілеспрямованим комплексом змін, що забезпечує процес адаптації передекспортної діяльності до умов міжнародного середовища й уможливорює здійснення операції щодо експорту;

- експортна діяльність – продаж товарів вітчизняними суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним споживачам шляхом вивезення чи без вивезення цих товарів через митний кордон країни [30, с. 18].

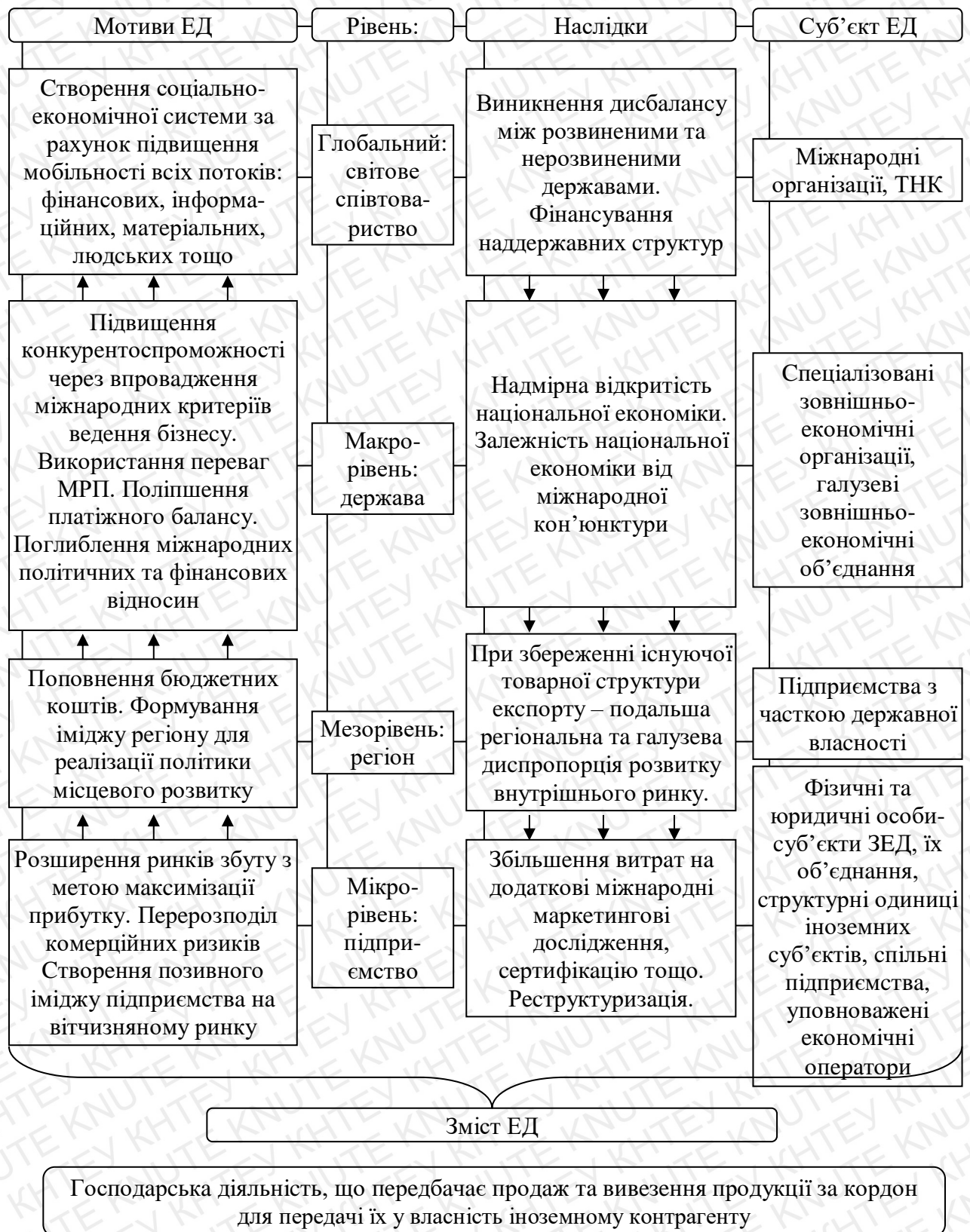


Рис. 1.1 Суб'єктно-ієрархічний підхід до експортної діяльності підприємств

Джерело: складено автором за даними [4; 32]

Відтак, експортна діяльність здійснюється на загально визначених науковцями рівнях таких, як глобальний рівень світового співтовариства, державний макрорівень, регіональний мезорівень та мікрорівень підприємства, виключно відповідними їм суб'єктами господарювання. Враховуючи вище зазначене, відповідно до запропонованого суб'єктно-ієрархічного підходу експортну діяльність варто розуміти як діяльність суб'єктів господарювання з реалізації господарської компетенції (сукупності господарських прав та обов'язків) щодо продажу товарів іноземним суб'єктам господарської діяльності, шляхом реалізації виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій, здійснених у межах висхідних мотивів та нисхідних наслідків світової економічної співпраці [45].

Структурна трикомпонентна модель експортної діяльності підприємств - це склад і послідовність стадій передекспортної діяльності, реструктуризації й експорту, сукупність відповідним цим стадіям функцій, реалізація яких дозволяє підприємствам здійснювати керовану, систематичну експортну діяльність (рис. 1.2).

Структурні елементи трикомпонентної моделі: базові ресурси підприємства, які забезпечують виконання виробничо-господарських й організаційно-економічних функцій та процедур господарської діяльності підприємств на внутрішньому ринку та планування його виходу на зовнішні ринки.; реструктуризація є цілеспрямованим комплексом змін, що забезпечує процес адаптації передекспортної діяльності до умов міжнародного середовища й уможливорює здійснення операції щодо експорту; експортна діяльність – продаж товарів вітчизняними суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним споживачам шляхом вивезення чи без вивезення цих товарів через митний кордон країни.



Рис. 1.2. Структурна трикомпонентна модель експортної діяльності промислового підприємства

Джерело: розроблено автором за даними [23, с. 210]

Таким чином, коли внутрішній ринок українських підприємств суттєво відстає за своїм розвитком та інфраструктурою від зовнішнього ринку, ефективна зовнішньоекономічна діяльність здійснює значний вплив на зростання й подальший розвиток підприємств.

## **1.2 Аналіз світового ринку холодильного обладнання**

У процесах доставки, зберігання, обробки, продажу та приготування харчової продукції задіяне холодильне обладнання - холодильні вітрини, холодильні камери, кухонні холодильники, машини для виробництва льоду, холодильні склади і компактні холодильники для перевезення продуктів. Сюди ж слід віднести торгові автомати і диспенсери (кулери) для напоїв. Останнім часом з'явилися портативні системи з автоматизованим управлінням за допомогою ІТ-технологій - модульні холодильні шафи і компактні пересувні холодильники. Устаткування цього типу швидко завойовує популярність в Японії, країнах Європи та США [26].

Сегментація ринку промислового холодильного обладнання наступна:

- компресори;
- конденсатори;
- випарники;
- елементи управління;
- інші види продукції.

Варто зазначити, що попит на холодильне обладнання у світі зростає щороку – зростають обсяги торгівлі, а збільшення торговельних площ вимагає придбання нового холодильного обладнання. Отже, розвиток у кожній країні торгівлі харчовою продукцією (замороженою, охолодженою), а також ресторанного бізнесу потребує збільшення обсягів виробництва промислового холодильного обладнання (рис. 1.3).

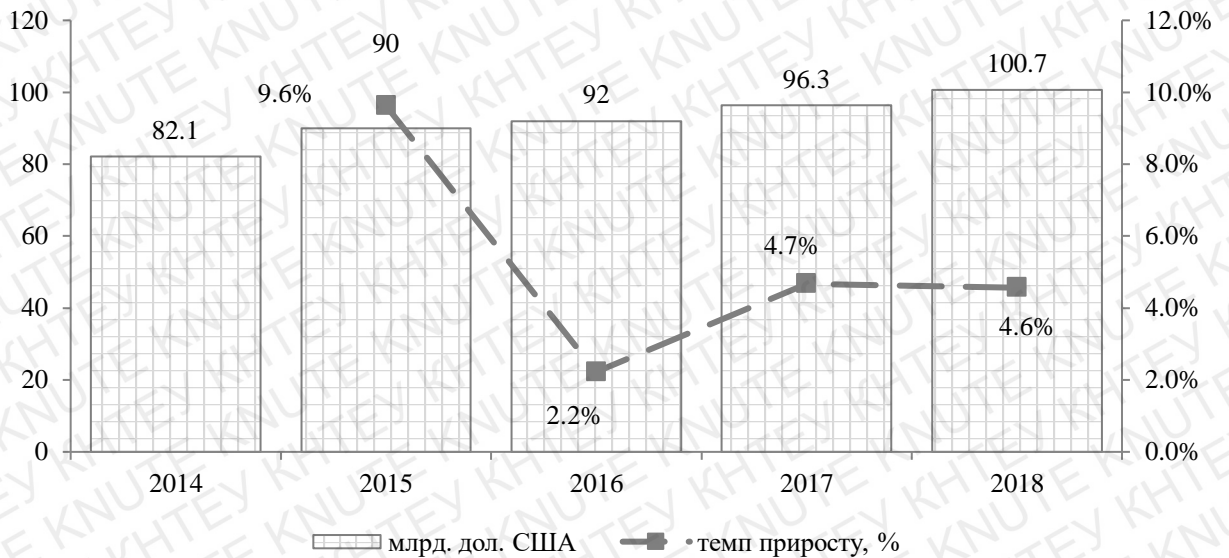


Рис. 1.3. Динаміка світового виробництва холодильного обладнання у 2014-2018 рр.

*Джерело: побудовано автором за даними [27; 39]*

На рис. 1.4 наведено обсяги виробництва холодильного обладнання за товарними групами та доведено, що торговельне обладнання користується найбільшим попитом. При цьому варто відзначити як загальне зростання ринку, так і зростання продажів кожної товарної групи протягом 2015-2018 рр.

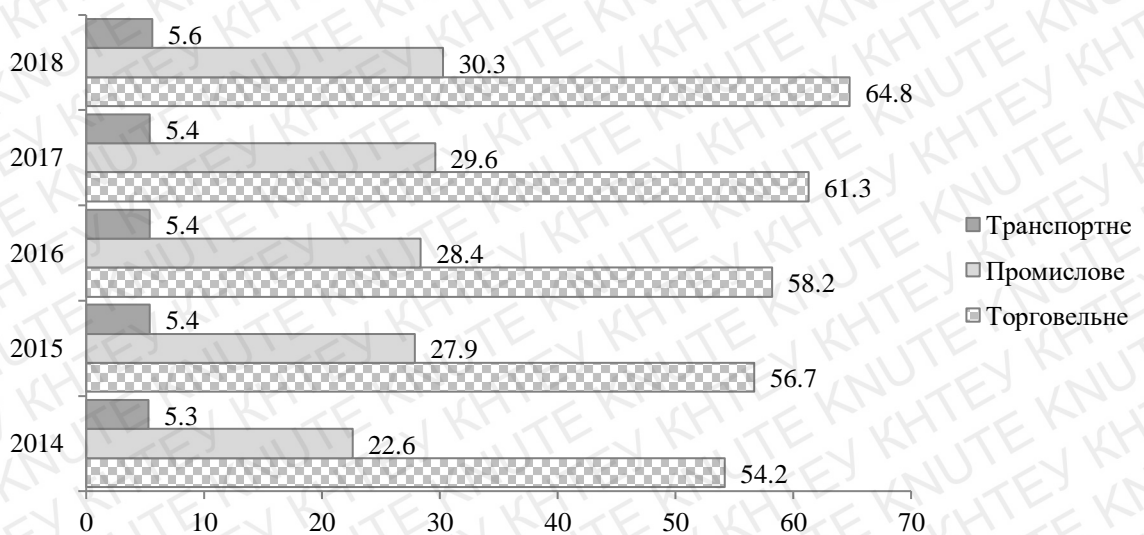


Рис. 1.4. Товарні групи світового виробництва холодильного обладнання у 2014-2018 рр., млрд. дол. США

*Джерело: побудовано автором за даними [27; 39]*

При цьому зазначимо, що в структурі виробництва холодильного обладнання найбільшу частку займає саме торговельне обладнання (рис. 1.5),



що зумовлено збільшенням кількості магазинів та закладів ресторанного бізнесу у світі.



Рис. 1.5. Товарна структура світового виробництва холодильного обладнання у 2014-2018 рр., %

*Джерело: побудовано автором за даними [27; 39]*

В структурі експорту варто відзначити найбільшу частку Китаю, яка зростає щороку, адже ця країна – визнаний лідер з виробництва холодильного обладнання (рис. 1.6).

Серед провідних експортерів найбільш швидкозростаючими експортерами з 2015 року були:

- Чехія (зростання склало 88%);
- Нідерланди (зростання на 84%);
- Швеція (зростання на 32,4%);
- Китай (зростання на 32%).

3 країни зафіксували спад міжнародних продажів: Південна Корея (зниження -19%), Сінгапур (зниження - 8%) та США (зниження - 6,9%) [47].

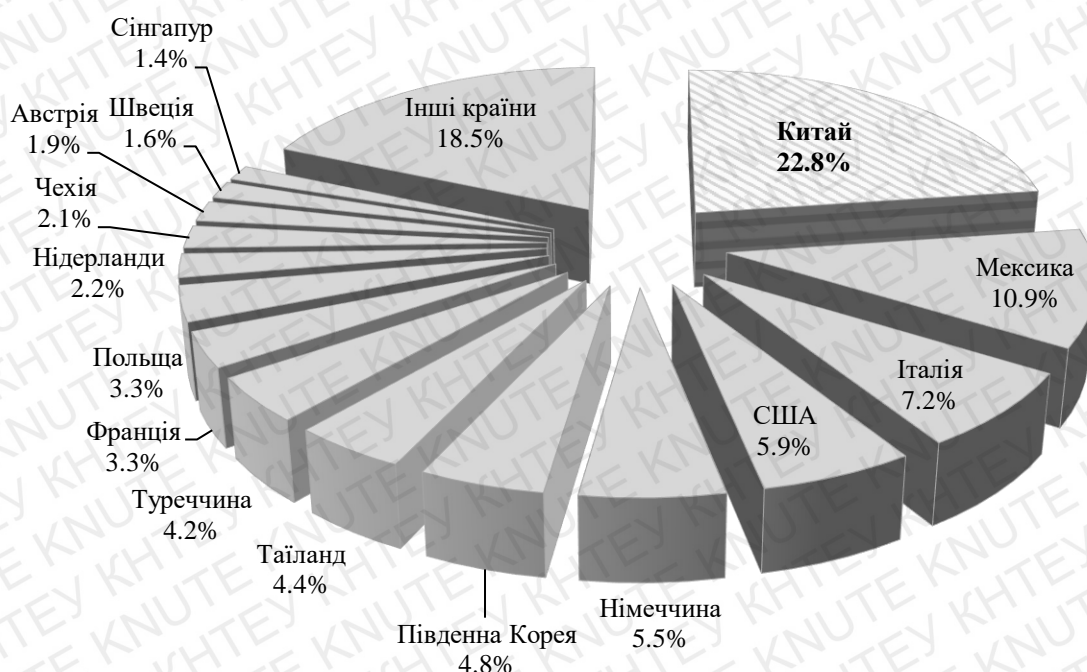


Рис. 1.6. Географічна структура експорту холодильного обладнання у світі у 2019 р., %

*Джерело: побудовано автором за даними [47]*

Згідно Митного Кодексу України, при експорті промислового холодильного обладнання (8418000000 - Холодильники, морозильники та інше холодильне або морозильне обладнання, електричне або інших типів; теплові насоси, крім установок для кондиціонування повітря товарної позиції) застосовується повна ставка 5% [28]. У багатьох країнах світу контролюється зовнішня торгівля холодильним обладнанням за їх вмістом небезпечних озонових сполук, які можуть завдати шкоду оточуючому середовищу, тому торгівля таким обладнанням заборонена.

У ЄС Регламент (ЄС) 2037/2000 про речовини, що руйнують озоновий шар, зі змінами та доповненнями контролює виробництво, імпорт, експорт, розміщення на ринку, використання, відновлення, переробку, рекультивацию та знищення всіх озоноруйнівних речовин. Регламент включає вимоги до детальної звітності щодо цих речовин та правову основу для інспекцій та штрафних санкцій, а також передбачає включення нових речовин до схеми контролю. 1 серпня 2008 року Комісія представила пропозицію щодо перегляду

та внесення змін до чинного положення, яке має бути прийняте Європейським Парламентом та Радою. Регламент (ЄС) 2037/2000 включає електронну систему ліцензування імпорту та експорту ОРВ (включаючи ГХФУ), яка також служить запобіганню незаконній торгівлі хімічними речовинами, що руйнують озоновий шар [46].

Також зазначимо, що розвиток електронної комерції докорінно змінює традиційні канали поширення продовольства. Китай, США, Франція і Великобританія йдуть в авангарді цих змін. Завдяки розвитку штучного інтелекту й «Інтернету речей» з'явилися нові технології моніторингу та управління, що сприяють появі магазинів, які функціонують без участі людини.

Поширення електронної комерції сприяє розвитку холодильної індустрії. Для забезпечення надійного охолодження протягом усього холодильного ланцюжка по всьому світу створюються великі логістичні центри й виробничі холодильні склади. Електронна торгівля стимулює модернізацію і заміну існуючого холодильного обладнання. Піонером електронної торгівлі є Китай, тому багато міжнародних компаній розглядають його як випробувальний полігон і використовують в якості бази для розробки і тестування нових рішень, які потім поширюються по всьому світу.

Проте варто відзначити, що в Україні лідером ринку холодильного обладнання та великим його експортером є компанія «Айсберг», яка виробляє широку лінійку холодильного устаткування, а після подій 2014 р. керівництво здійснило переорієнтацію експортної діяльності від країн СНД до країн-членів ЄС, тому у виробництві було запроваджено європейські вимоги щодо виробництва такого обладнання. Отже, далі необхідно розглянути та проаналізувати особливості й ефективність експортної діяльності компанії «Айсберг».

## Висновки до розділу 1

Було зроблено висновок, що експортна діяльність – продаж товарів вітчизняними суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним споживачам шляхом вивезення чи без вивезення цих товарів через митний кордон країни. Була досліджена товарна та географічна структура холодильного обладнання.

В результаті аналізу було виявлено, що внутрішній ринок українських підприємств суттєво відстає за своїм розвитком та інфраструктурою від зовнішнього ринку, тому ефективна зовнішньоекономічна діяльність здійснює значний вплив на зростання й подальший розвиток підприємств.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ВИРОБНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ

#### 2.1 Оцінка факторів впливу зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «Айсберг ЛТД»

ТОВ «Айсберг ЛТД» - компанія, яка працює з 1989 р. та є виробником холодильного обладнання. Підприємство є лідером українського ринку холодильних вітрин. Основними групами товарів компанії є:

- 1) холодильні вітрини горизонтальні: комбі-прилавки; низькотемпературні;
- 2) холодильні вітрини вертикальні: напіввертикальні; низькотемпературні;
- 3) прилавки кондитерські холодильні;
- 4) лінії роздачі готових страв та ін.

Юридична адреса компанії: Україна, м. Одеса, вул. Овідіопольська дорога, 3.

З метою аналізу фінансових результатів діяльності підприємства побудуємо таблицю 2.1. З таблиці бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зріс у 2016-2018 рр., проте у 2019 р. його величина зменшилась. Величина валового прибутку підприємства мала подібну динаміку, собівартість реалізованої продукції зростала щороку. Інші операційні доходи підприємства зросли у 2016-2018 рр., проте у 2019 р. їх величина зменшилась. Адміністративні витрати зросли у 2016-2018 рр., витрати на збут – у 2017-2019 рр., а інші операційні витрати – у 2017-2018 рр. Фінансовий результат від операційної діяльності мав від’ємне значення у 2015 р., що свідчить про збиткову діяльність підприємства. Позитивним є отримання додатного значення у 2016-2019 рр. В результаті підприємство отримало чистий прибуток у 2016-2019 рр.

Таблиця 2.1

Динаміка фінансових результатів господарської діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., тис. грн.

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	Абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16459	20859	34870	56564	55861	4400	14011	21694	-703	26,7	67,2	62,2	-1,2
Собівартість реалізованої продукції	14775	17994	18591	43627	46016	3219	597	25036	2389	21,8	3,3	134,7	5,5
Валовий прибуток	1684	2865	6279	12937	9845	1181	3414	6658	-3092	70,1	119,2	106,0	-23,9
Інші операційні доходи	481	877	1684	3368	1172	396	807	1684	-2196	82,3	92,0	100,0	-65,2
Адміністративні витрати	2089	2293	3927	8675	7222	204	1634	4748	-1453	9,8	71,3	120,9	-16,7
Витрати на збут	60	59	142	534	942	-1	83	392	408	-1,7	140,7	276,1	76,4
Інші операційні витрати	1424	1291	2431	4080	2309	-133	1140	1649	-1771	-9,3	88,3	67,8	-43,4
Фінансовий результат від операційної діяльності	-1408	99	1463	3016	544	1507	1364	1553	-2472	-107,0	1377,8	106,2	-82,0
Інші фінансові доходи	2	1	1	0	0	-1	0	-1	0	-50,0	0,0	-100,0	-
Фінансові витрати	107	89	7	7	0	-18	-82	0	-7	-16,8	-92,1	0,0	-100,0
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	-1513	11	1457	3009	544	1524	1446	1552	-2465	-100,7	13145,5	106,5	-81,9
Витрати (дохід) з податку на прибуток	10	0	368	603	222	-10	368	235	-381	-100,0	100,0	63,9	-63,2
Чистий фінансовий результат	-1523	11	1089	2406	322	1534	1078	1317	-2084	-100,7	9800,0	120,9	-86,6

Джерело: розроблено автором

Досліджуючи майновий стан підприємства, звернемося до Додатку А. За результатами проведеного дослідження бачимо, що загальна величина активів підприємства зросла у 2016-2019 рр. за рахунок збільшення вартості необоротних активів (у 2016 та 2018-2019 рр.) та оборотних активів (у 2017-2019 р.). В структурі активів підприємства найбільша частка припадала на оборотні активи (у 2015 та 2018 рр.) та необоротні активи (у 2016-2017 та 2019 рр.).

Величину та динаміку пасивів підприємства проаналізовано в Додатку Б.

Як бачимо, величина пасивів підприємства зменшилась у 2016 р. через зменшення величини поточних зобов'язань та забезпечення. Зростання величини пасивів зумовлено: у 2017 та 2019 рр. – за рахунок збільшення величини усіх складових; у 2018 р. – через збільшення власного капіталу та довгострокових зобов'язань та забезпечень. В структурі пасивів найбільша частка належала поточним зобов'язанням і забезпеченням (у 2015 р.) та власному капіталу (у 2016-2019 рр.).

З метою оцінки фінансового стану підприємства та ефективності управління його фінансовими ресурсами здійснимо аналіз ділової активності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр. (табл. 2.2). За результатами проведеного аналізу варто відзначити збільшення у 2015-2018 рр. величини коефіцієнту оборотності активів, і це є свідченням збільшення швидкості обігу сукупного капіталу та зростання кількості повних виробничих циклів. Зростання величини коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості у 2015-2018 рр. свідчить про пришвидшення сплати підприємством його кредиторської заборгованості, а зниження у 2019 рр. є свідченням збільшення покупок продукції (товарів, робіт та послуг) в кредит.

Зменшення показника у 2019 р. говорить про те, що сукупний капітал підприємства використовуються менш ефективно, що негативно впливає на величину прибутку підприємства. Величина коефіцієнта оборотності основних засобів підприємства зменшилась в 2016-2017 та 2019 рр., адже зменшилась ефективність використання підприємством наявних основних засобів.

Таблиця 2.2

## Аналіз ділової активності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт оборотності активів	1,64	2,45	3,92	5,11	3,80	0,81	1,47	1,19	-1,31
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	14,76	15,65	16,21	24,79	21,72	0,89	0,56	8,58	-3,07
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,09	6,72	28,76	25,94	9,35	3,63	22,04	-2,82	-16,59
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	118,04	54,30	12,69	14,07	39,05	-63,74	-41,61	1,38	24,98
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	24,73	23,33	22,51	14,73	16,81	-1,4	-0,82	-7,78	2,08
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	2955,00	86,10	27,30	48,69	41,07	-2868,9	-58,8	21,39	-7,62
Коефіцієнт оборотності основних засобів	1,24	0,42	0,40	0,65	0,63	-0,82	-0,02	0,25	-0,02
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	5,20	5,23	5,70	7,19	6,05	0,03	0,47	1,49	-1,14



Також зменшилась у 2019 р. величина коефіцієнта оборотності власного капіталу підприємства, отже, можна зробити висновок, що власний капітал підприємством використовується недостатньо ефективно.

Далі проаналізуємо показники рентабельності підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз рентабельності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт рентабельності продукції	-10,31	0,06	5,86	5,51	0,70	10,37	5,8	-0,35	-4,81
Коефіцієнт рентабельності активів	-15,13	0,13	12,25	21,73	2,19	15,26	12,12	9,48	-19,54
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-9,25	0,05	3,12	4,25	0,58	9,3	3,07	1,13	-3,67
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-48,11	0,28	17,80	30,59	3,49	48,39	17,52	12,79	-27,1

*Джерело: розроблено автором*

Як бачимо, коефіцієнт рентабельності продукції зменшився у 2018-2019 рр., тому можна стверджувати, що знизилась ефективність збутової діяльності досліджуваного підприємства. Величина коефіцієнта рентабельності активів зменшилась у 2019 р., що свідчить про зниження віддачі активів, що використовуються підприємством в процесі виробничої діяльності. В той же період коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства мав негативну тенденцію у 2019 р., при цьому також відзначено, що величина коефіцієнту рентабельності власного капіталу підприємства зменшилась у 2019 р., що негативним чином характеризує ефективність використання капіталу, який був інвестований (вкладений).

В таблиці 2.4 наведемо результати ліквідності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр. За результатами аналізу відзначимо зменшення коефіцієнту абсолютної ліквідності підприємства у 2019 р., що є свідченням зменшення здатності підприємства погашати свої зобов'язання наявними грошовими коштами відразу.

Таблиця 2.4

## Аналіз ліквідності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00	0,22	0,60	1,27	0,02	0,22	0,38	0,67	-1,25
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,89	0,57	1,28	2,50	1,55	-0,32	0,71	1,22	-0,95
Коефіцієнт покриття	0,92	0,88	1,57	2,99	1,75	-0,04	0,69	1,42	-1,24
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-527	-239	1455	4270	4550	288	1694	2815	280

*Джерело: розроблено автором*

Зменшення величини коефіцієнта швидкої ліквідності у 2016 та 2019 р. свідчить про те, що підприємство стало більш залежним від вчасної сплати своїми дебіторами фінансових зобов'язань. Також зазначимо, що величина коефіцієнт покриття у 2015 та 2019 р. зменшилася, що говорить про зниження здатності досліджуваного підприємства до забезпечення власних короткострокові зобов'язання за рахунок наявних оборотних коштів. Величина чистого оборотного капіталу зросла у 2015-2019, адже зменшилась різниця між величиною оборотних активів та короткострокових зобов'язань підприємства.

В таблиці 2.5 проаналізуємо показники платоспроможності підприємства.

Таблиця 2.5

## Аналіз платоспроможності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	-0,09	-0,14	0,36	0,67	0,43	-0,05	0,5	0,31	-0,24
Коефіцієнт платоспроможності	0,27	0,69	0,68	0,73	0,55	0,42	-0,01	0,05	-0,18
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,22	-0,04	0,22	0,47	0,48	0,18	0,26	0,25	0,01
Коефіцієнт фінансування	2,75	0,44	0,46	0,37	0,81	-2,31	0,02	-0,09	0,44

*Джерел: розроблено автором*

Оскільки величина коефіцієнта забезпечення власними оборотними засобами у 2017-2019 рр. більша мінімального порогового значення (0,1), ми зробили висновок, що наявна структура співвідношення величини власних

оборотних коштів підприємства до усієї величини його оборотних коштів задовільна. Коефіцієнт платоспроможності підприємства більший порогового значення (0,5) у 2016-2019 рр., а у 2016 та 2018 рр. відбулось зростання фінансової спроможності досліджуваного підприємства відразу погашати наявну короткотермінову кредиторську заборгованість за рахунок наявних коштів.

Величина коефіцієнта маневреності власного капіталу підприємства у 2017-2019 рр. була більшою порогової величини (0), що є свідченням спроможності підприємства до підтримки рівня власного оборотного капіталу та поповнення оборотних коштів власними джерелами при виникненні такої потреби. Динаміка коефіцієнту фінансування у 2019 р. демонструє збільшення залежності досліджуваного підприємства від залучених фінансових ресурсів.

Таким чином, фінансовий стан досліджуваної компанії був нестійким у 2015-2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами. Проте у 2017-2019 рр. спостерігається залежність підприємства від залучених фінансових коштів.

На діяльність ТОВ «Айсберг ЛТД» впливають різні фактори макросередовища (Додаток Р). Як бачимо, вищенаведені фактори зовнішнього середовища здійснюють різний вплив на підприємство: як позитивний (поступове відновлення економіки, зростання купівельної спроможності споживачів, розвиток нових технологій), так і негативний (зменшення кількості населення в країні, нестабільна політична та економічна ситуація). В Додатку С розглянуто, які фактори мікросередовища здійснюють вплив на діяльність компанії. Таким чином, вплив факторів мікросередовища на діяльність досліджуваного підприємства на ринку України є суттєвим.

## 2.2 Аналіз ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД»

ТОВ «Айсберг ЛТД» експортує значну кількість виробленої продукції за кордон, проте 2019 р. продемонстрував зниження обсягів експорту (рис. 2.1).

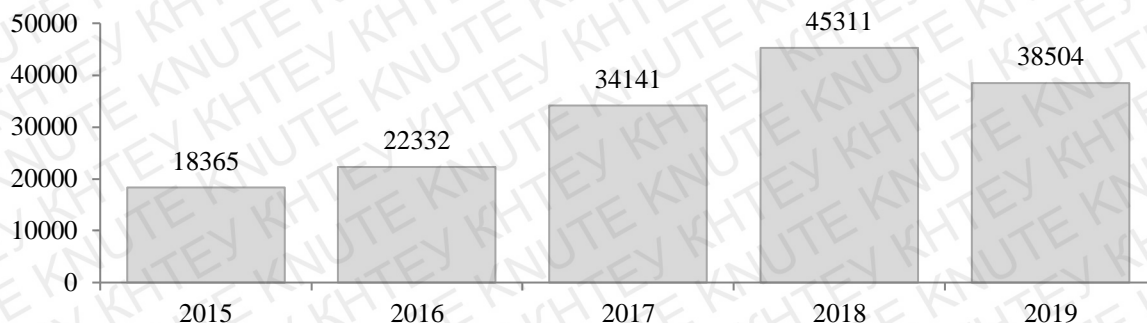


Рис. 2.1. Величина експорту продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., тис. грн.

*Джерело: розроблено автором*

Варто відзначити, що найбільший темп зростання експорту продукції спостерігався у 2017 р., тоді як у 2019 р. величина експорту зменшилась через загальне зниження обсягу виробництва та реалізації продукції (рис. 2.2).

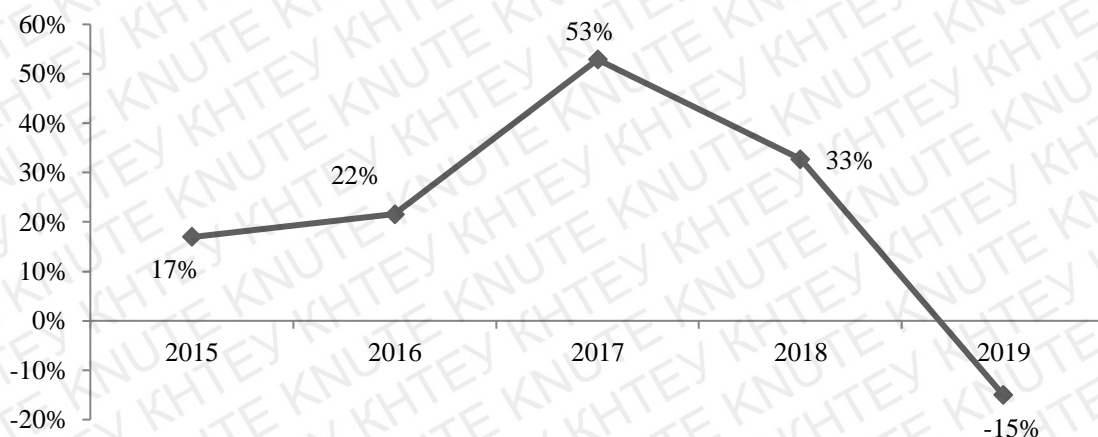


Рис. 2.2. Динаміка експорту продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., %

*Джерело: розроблено автором*

Перш ніж проаналізувати ефективність міжнародної торгівлі ТОВ «Айсберг ЛТД», дослідимо структуру товарів, експортованих підприємством, в залежності від виду продукції. В таблиці 2.6 наведено обсяг та структура товарів, експортованих підприємством, в розрізі їх видів.

Таблиця 2.6

Структура експортованої продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Величина експорту, тис. грн.</i>					
Холодильні вітрини вертикальні	7162	8933	14339	19484	17327
Холодильні вітрини горизонтальні	5142	6476	9901	13593	11936
Прилавки кондитерські холодильні	2020	1563	2048	2266	1540
Лінії роздачі готових страв та ін.	4041	5360	7853	9968	7701
РАЗОМ	18365	22332	34141	45311	38504
<i>Структура експорту, %</i>					
Холодильні вітрини вертикальні	39	40	42	43	45
Холодильні вітрини горизонтальні	28	29	29	30	31
Прилавки кондитерські холодильні	11	7	6	5	4
Лінії роздачі готових страв та ін.	22	24	23	22	20
РАЗОМ	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*Джерело: розроблено автором*

Динаміку обсягу та структури експортованої продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр. наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка обсягів та частки експортованої продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки			
	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018
<i>Величина експорту, тис. грн.</i>				
Холодильні вітрини вертикальні	1771	5406	5145	-2157
Холодильні вітрини горизонтальні	1334	3425	3692	-1657
Прилавки кондитерські холодильні	-457	485	218	-726
Лінії роздачі готових страв та ін.	1319	2493	2115	-2267
РАЗОМ	3967	11809	11170	-6807
<i>Структура експорту, %</i>				
Холодильні вітрини вертикальні	1	2	1	2
Холодильні вітрини горизонтальні	1	0	1	1
Прилавки кондитерські холодильні	-4	-1	-1	-1
Лінії роздачі готових страв та ін.	2	-1	-1	-2

*Джерело: розроблено автором*

Зазначимо, що найбільшу частку в експорті займають холодильні вітрини вертикальні (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структура експорту ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., %

Джерело: розроблено автором

Як бачимо, у 2019 р. зросла частка експорту вертикальних та горизонтальних холодильних вітрин, таким чином, підприємство здійснює міжнародну торгівлю власною продукцією та отримує відповідні прибутки.

Проаналізуємо, які країни є основними споживачами продукції ТОВ «Айсберг ЛТД», а також розглянемо обсяг експорту до цих країн в розрізі товарної структури (Додаток Т) та його структуру (Додаток Ф).

Отже, найбільше продукції експортувалось до Франції. У 2015 р. та 2017-2019 рр. найменше продукції експортувалось до Італії, а у 2016 р. – до Великобританії (рис. 2.4).

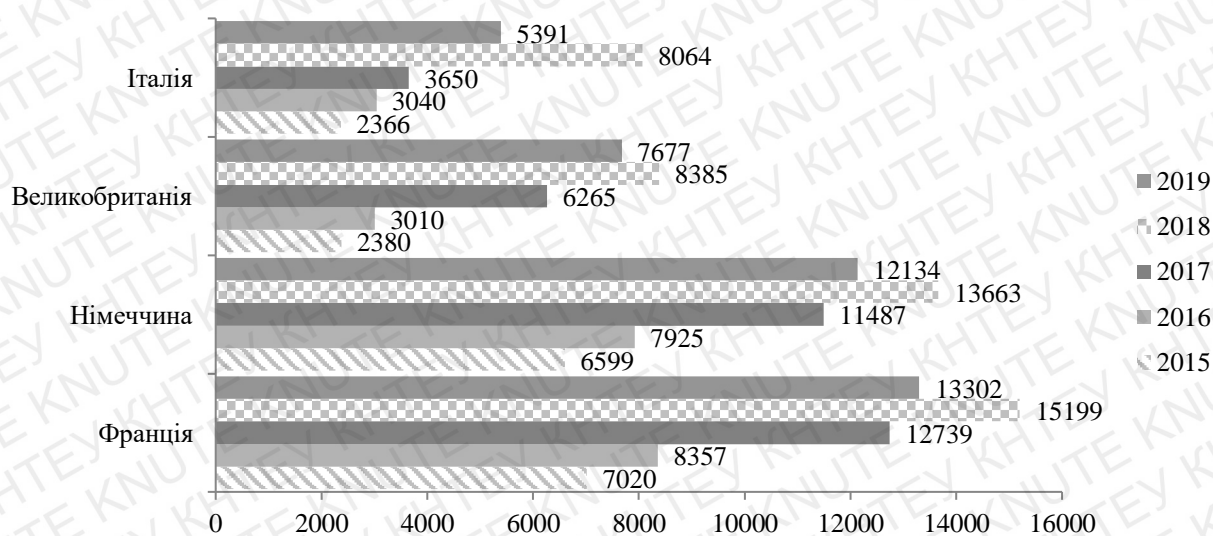


Рис. 2.4. Динаміка обсягів та частки експортованої продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., тис. грн.

Джерело: розроблено автором

Така тенденція обумовлена значною кількістю споживачів холодильних вітрин у Франції.

Як вже було зазначено, найбільша частка експорту протягом досліджуваного періоду припадала на Францію (рис. 2.5).

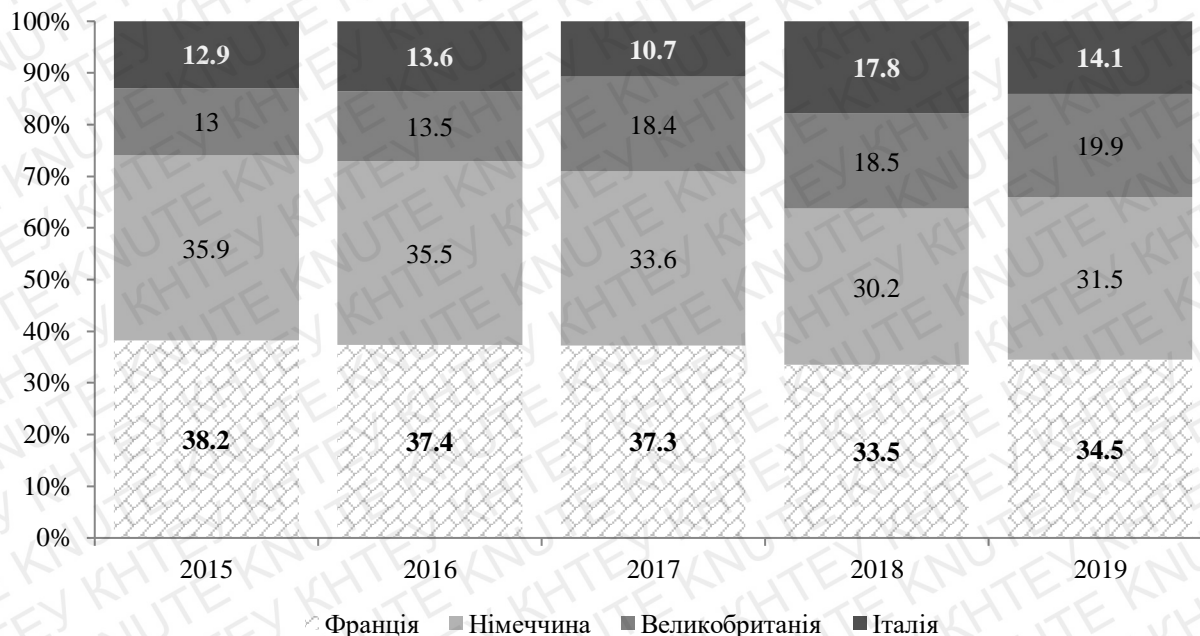


Рис. 2.5. Географічна структура експорту продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., %

Джерело: розроблено автором

Варто зазначити, що на внутрішньому ринку підприємство реалізує значно менший обсяг продукції, аніж направляє на експорт (рис. 2.6).

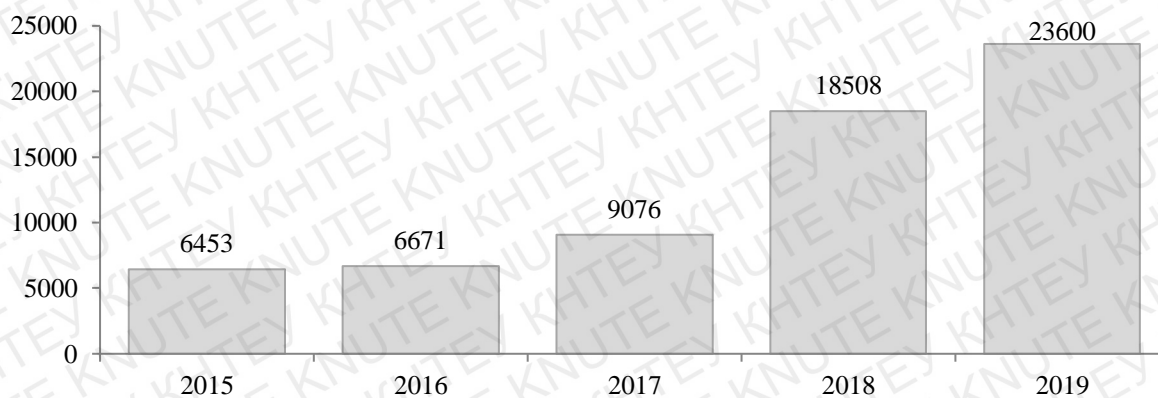


Рис. 2.6. Обсяг реалізації продукції ТОВ «Айсберг ЛТД» на внутрішньому ринку у 2015-2019 рр., тис. грн.

Джерело: розроблено автором

Таким чином, варто відзначити переважно експортоорієнтовану діяльність досліджуваного підприємства, проте протягом досліджуваного періоду зростають обсяги реалізації продукції на українському ринку.

З метою аналізу ефективності зовнішньоекономічних операцій ТОВ «Айсберг ЛТД» побудуємо таблицю 2.8.

Зроблено висновок, що, обсяг експорту зменшився у 2019 р., також зменшився чистий дохід від експорту, чистий експортний прибуток та рентабельність експорту.

Також варто зазначити, що зростання чистого прибутку підприємства у 2016-2019 рр. було обумовлено саме зростанням прибутку від експорту, адже вартість продукції, реалізованої на внутрішньому ринку, значно нижча, а ніж експорт цієї продукції, тому спостерігаються значні відмінності у загальній ефективності підприємства та ефективності його експортної діяльності, розрахованої окремо від загальних показників діяльності підприємства.

За результатами проведеного аналізу варто зазначити, що негативний вплив на ефективність експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» був зумовлений наступними факторами:

- складна політична ситуація, яка негативно вплинула на договірні відносини підприємства з основними замовниками, а також викликала певні труднощі щодо перетину митної території;

- погіршення економічної ситуації в країні;

- погіршення платіжних можливостей підприємства, його збиткова діяльність та нестійкий фінансовий стан;

- зростання цін на сировину та матеріали, паливо та енергоносії, що викликало зростання вартості експортованої продукції та необхідність коригування вартості контрактів, що зумовило погіршення показників виконання контрактів.



Таблиця 2.8

Аналіз ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Величина експортованої продукції, тис. грн.	18365	22332	34141	45311	38504	3967	11809	11170	-6807	21,6	52,9	32,7	-15,0
Величина чистого доходу від експортної діяльності, тис. грн.	11926	12398	13681	13822	13122	472	1283	141	-700	4,0	10,3	1,0	-5,1
Величина валового прибутку від експортної діяльності, тис. грн.	122021	170288	246352	316129	231263	48267	76065	69777	-84866	39,6	44,7	28,3	-26,8
Величина чистого прибутку від експортної діяльності, тис. грн.	816	1211	2268	3310	2428	395	1057	1042	-882	48,4	87,3	45,9	-26,6
Величина рентабельності експортної діяльності	4,44	5,42	6,64	7,31	6,31	0,98	1,22	0,66	-1,00	x	x	x	x

Джерело: розроблено автором

Зроблено висновок, що, обсяг експорту зменшився у 2019 р., також зменшився чистий дохід від експорту, чистий експортний прибуток та рентабельність експорту. Також варто зазначити, що зростання чистого прибутку підприємства у 2016-2019 рр. було обумовлено саме зростанням прибутку від експорту, адже вартість продукції, реалізованої на внутрішньому ринку, значно нижча, а ніж експорт цієї продукції, тому спостерігаються значні відмінності у загальній ефективності підприємства та ефективності його експортної діяльності, розрахованої окремо від загальних показників діяльності підприємства. Як свідчать дані таблиці 2.9, загальна вартість укладених контрактів на експорт продукції зменшилася у 2019 р.

Таблиця 2.9

Показники виконання контрактів ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення							
						абс.				відн., %			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Укладені угоди, од.	84	91	97	92	84	7	6	-5	-8	8,3	6,6	-5,2	-8,7
Обсяг укладених угод, тис. грн.	18918	22976	34741	46998	40120	4058	11765	12257	-6878	21,5	51,2	35,3	-14,6
Виконані, од.	82	88	95	89	81	7	7	-7	-8	8,5	7,8	-7,0	-9,1
Показник виконання угод, %	97,08	97,20	98,27	96,41	95,97	0	1	-2	0	0,1	1,1	-1,9	-0,5
Обсяги поставки продукції за угодами, тис. грн.	18365	22332	34141	45311	38504	3967	11809	11170	-6807	21,6	52,9	32,7	-15,0

Джерело: розроблено автором

Зростання кількості поставленої продукції спостерігалось у 2016-2018 рр. Відповідно, відсоток виконання контрактів зріс у 2017 р., проте негативним

моментом є його зменшення у 2018 р. Зазначимо, що основними причинами невиконання частини контрактів стали інфляція та знецінення гривні; політична нестабільність в країні; стрімке зростання цін на сировину та матеріали, що зумовило зростання вартості продукції та необхідність коригування цін на поставку (експорт).

Також варто навести SWOT-аналіз досліджуваного підприємства (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

### SWOT-аналіз ЗЕД ТОВ «Айсберг ЛТД»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Висока якість.</li> <li>2. Середні ціни.</li> <li>3. Дотримання європейських вимог до виробництва.</li> <li>4. Дотримання вимог щодо якості та безпечності обладнання.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостатні витрати на маркетинг та рекламу.</li> <li>2. Недостатня кількість кваліфікованого персоналу.</li> <li>3. Зростання витрат на виробництво та збут продукції.</li> </ol>
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розширення асортименту.</li> <li>2. Створення власного бренду.</li> <li>3. Вихід на нові ринки збуту.</li> <li>4. Порівняно нижчі ціни на європейському ринку збуту.</li> <li>5. Розширення ринків ЄС для збуту.</li> <li>6. Зростання прихильності за кордоном до українського холодильного обладнання</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зростання конкуренції з боку зарубіжних компаній.</li> <li>2. Зростання вартості сировини та матеріалів.</li> <li>3. Нестабільний курс національної грошової одиниці.</li> <li>4. Продовження поширення COVID-19 та зменшення можливостей для експорту.</li> </ol>

*Джерело: розроблено автором*

Отже, бачимо, що підприємство повинне використати наявні можливості та вийти на нові ринки збуту. Таким чином, отримані результати свідчать про необхідність розробки заходів для покращання експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» та підвищення їх ефективності.

## **Висновки до розділу 2**

Можна зробити висновок, що вплив факторів мікросередовища на діяльність досліджуваного підприємства на ринку України є суттєвим. Власний капітал підприємством використовується недостатньо ефективно. Варто відзначити переважно експортоорієнтовану діяльність досліджуваного підприємства, проте протягом досліджуваного періоду зростають обсяги реалізації продукції на українському ринку.

### РОЗДІЛ 3

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ВИРОБНИЦТВА ТОВ «Айсберг ЛТД»

### 3.1 Напрями підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД»

Перш ніж сформулювати напрями удосконалення географічної структури експорту досліджуваного підприємства, дослідимо, який саме ринок є найбільш привабливим. Для цього наведемо модель вибору серед наступних ринків: Німеччина, Австрія, Польща. Такий вибір обумовлено тим, що країни є членами ЄС (останніми роками експорт українських товарів до ЄС зростає, адже відкриваються нові можливості для українських виробників). Також в цих країнах останніми роками значно зріс попит саме на холодильні вітрини українського виробництва. Також в країнах спостерігається значне зростання вартості виробництва холодильного обладнання, обумовлене значними витратами на сировину й матеріали, а також робочу силу в країнах виробництва. Далі визначимо основні фактори вибору країни (Додаток X).

За результатами отриманих результатів зроблено висновок, що найбільш привабливими ринками для досліджуваного підприємства є ринки Австрії та Польщі, проте ринок Німеччини на першому етапі відхиляти не варто, адже погіршення економічної ситуації відбулось у 2018 р., у 2019 р. негативних змін не відбулось (як і позитивних). На другому етапі варто відзначити в якості найбільш привабливих ринків Німеччину та Польщу через систему оподаткування, розмір ринку. Загальні результати проведеного аналізу призвели до висновку, що найбільш привабливим є ринок Польщі. З урахуванням отриманих даних для виходу досліджуваної компанії на зарубіжний ринок холодильного обладнання обрано Польщу.

Проаналізувавши фактори впливу на компанію «Айсберг» на польському ринку, ми визначили значимість кожного шляхом встановлення прямої

залежності: на скільки зміна даного чинника впливає на зміну діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД», тобто при виході досліджуваного підприємства на польський ринок холодильного обладнання, які фактори макромаркетингового середовища будуть найбільше спонукати (економічні та політичні, тому що вони створюють сприятливе середовища) або стримувати. Найменшу вагомість було надано демографічним факторам. Тому слід розглядати ринок Польщі, як сприятливий і пріоритетний при виході на міжнародні ринки.

Загалом варто зазначити, що пріоритетними напрямками досліджуваного підприємства на новому ринку збуту повинні стати:

- ефективна цінова політика;
- оптимізація та просування сайту з метою поширення інформації про підприємство та його продукцію серед польських покупців.

Фахівцями підприємства було проаналізовано основні характеристики продукції компаній, які є лідерами польського ринку холодильного обладнання, а також продукції досліджуваного підприємства, і далі наведено порівняння сильних та слабких сторін продукції компаній-конкурентів (табл. 3.1).

*Таблиця 3.1*

Аналіз сильних і слабких сторін холодильного обладнання ТОВ «Айсберг ЛТД» у порівнянні з основними товарами конкурентів на ринку Польщі (1-10 балів)

Показники	Айсберг ЛТД	Cold	Stalgast
<i>I. Якісні показники продукції</i>			
1. Відповідність міжнародним стандартам	1	3	3
2. Якість сировини для виробництва	3	1	1
3. Якість готової продукції	3	1	2
4. Відсутність негативного впливу на харчову продукцію	3	3	3
5. Візуальні характеристики	3	1	1
<i>II. Кількісні показники</i>			
6. Середня ринкова ціна	3	1	2
7. Енерговитрати	3	3	3
8. Ресурсозатратність	3	2	1
9. Логістичні витрати	2	3	3
Всього	24	18	19

*Джерело: складено автором*

Зазначимо, що аналізовані характеристики було отримано за допомогою дослідження саме вертикальних холодильних вітрин конкурентів – ціни, якості, відповідності заявленим характеристикам тощо. Отже, провівши аналіз конкурентів ТОВ «Айсберг ЛТД» на ринку холодильного обладнання Польщі, можна сформулювати гіпотезу конкурентної поведінки компанії.

Для підприємства доцільно використати стратегію нішера, тому що досліджувана компанія має відмінні характеристики продукції:

- естетичні характеристики (форма та компактність), що дозволяє зменшити витрати торгових площ;
- специфічна технологія виробництва – відсутність шкідливих матеріалів;
- можливість зменшення енерговитрат при обслуговуванні холодильного обладнання.

Застосування стратегії нішера означатиме, що ТОВ «Айсберг ЛТД» буде реалізовувати свою діяльність лише на одному сегменті – вертикального холодильного обладнання. Це є задовільною умовою для поставленої управлінської проблеми, і дозволить сконцентруватися на задоволенні специфічного споживача. Так як вже наявні виробники холодильного обладнання на ринку Польщі не спеціалізуються на задоволенні даного сегмента, тому ТОВ «Айсберг ЛТД» має можливість застосовувати стратегію лідерства в ніші і в подальшому нарощувати обсяги та розширювати межі ніші. Таким чином компанія зможе нівелювати загрози з боку лідерів у галузі, тому що сегмент є нецікавим для них.

#### *Споживачі*

У ході проведення аналізу споживачів ТОВ «Айсберг ЛТД» на ринку холодильного обладнання Польщі необхідно розробити гіпотезу охоплення ринку, з цією метою розробимо сегментацію споживачів. Так як польський уряд підтримує вітчизняних виробників та сприяє розвитку національних галузей, тому вийти зарубіжній компанії на ринок складно, тим паче - у стратегічно

важливу галузь. Тому для виходу на ринок Польщі підприємству краще зосередити свою увагу на ринку вертикального холодильного обладнання.

Для розроблення товарної політики ТОВ «Айсберг ЛТД» на ринку холодильного обладнання Польщі здійснимо планування товарного асортименту, а також сегментування ринку. Асортимент планується з урахуванням попиту на ринку Польщі та наявного асортименту досліджуваного підприємства: з урахуванням результатів дослідження асортименту конкурентів обрано ті товарні позиції, які зможуть конкурувати на новому для підприємства ринку з урахуванням конкурентних переваг (ціна, якість тощо) (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Продуктово-сегментна матриця ТОВ «Айсберг ЛТД» на ринку холодильного обладнання Польщі

Продукт	Для супермаркетів	Для закладів громадського харчування	Для підприємств харчової промисловості	Разом
Вертикальні холодильні вітрини	18	19	16	53
Напіввертикальні холодильні вітрини	11	16	20	47
Вертикальні холодильні вітрини низькотемпературні	19	26	23	68
Інше супутнє обладнання	15	18	14	47
Разом	63	79	73	215

Джерело: розроблено автором

Отже, ТОВ «Айсберг ЛТД» буде орієнтуватись на усі групи споживачів, проте найбільший асортимент буде призначено для закладів громадського харчування.

Далі в таблиці 3.3 наведено вихідні дані для побудови матриці БКГ для аналізу асортиментного портфеля ТОВ «Айсберг ЛТД» на ринку Польщі. Отже, найбільша конкуренція спостерігатиметься в сегменті продажів іншого супутнього обладнання, а найбільші прибутки основні конкуренти вітчизняної



компанії отримують в сегменті продажу низькотемпературних вертикальних холодильних вітрин, що обумовлено високим попитом на них та вищою ціною.

Таблиця 3.3

Вихідні дані для побудови матриці БКГ для аналізу асортиментного портфеля ТОВ «Айсберг ЛТД» на ринку Польщі

Асортиментні групи	Обсяги продажів (тис. Дол. США)	Кількість конкурентів	Обсяги продажів трьох основних конкурентів (тис. Дол. США)	Темпи приросту сегменту (%)
Вертикальні холодильні вітрини	1121,1	6	5984	2,2
Напіввертикальні холодильні вітрини	644,7	7	7122	1,9
Вертикальні холодильні вітрини низькотемпературні	625,2	9	10080	2,8
Інше супутнє обладнання	105,7	14	8522	3,6

Джерело: розроблено автором

Далі проведено аналіз реакції підприємства на зміну попиту на міжнародному ринку (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Аналіз реакції підприємства на зміну попиту на міжнародному ринку

Вид продукції	Темпи зростання попиту, %	Ціна конкурентів	Рівень цін підприємства на міжнародному ринку		Абсолютне відхилення цін
			на початок року	на кінець року	
Вертикальні холодильні вітрини	9,5	311	296	303	7
Напіввертикальні холодильні вітрини	12,5	209	192	198	6
Вертикальні холодильні вітрини низькотемпературні	15,8	154	128	132	4
Інше супутнє обладнання	3,0	42	32	34	2

Джерело: розроблено автором

В таблиці 3.5 наведено порівняльний аналіз цін на продукцію підприємства конкурентами на міжнародному ринку.

Таблиця 3.5

Порівняльний аналіз цін на продукцію підприємства конкурентами на міжнародному ринку, дол. США

Вид продукції	Ціна товару			Абсолютні відхилення	
	підприємства	найбільшого конкурента	середня на ринку	від конкурента	від середньої на ринку
Вертикальні холодильні вітрини	303	328	311	-25	-8
Напіввертикальні холодильні вітрини	198	232	209	-34	-11
Вертикальні холодильні вітрини низькотемпературні	132	163	154	-31	-22
Інше супутнє обладнання	34	49	42	-15	-8

Джерело: розроблено автором

Аналіз стимулюючих знижок на міжнародному ринку наведено нижче (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Аналіз стимулюючих знижок на міжнародному ринку

Знижка	Характеристика	Переваги	Недоліки
За оптові покупки	Надається великим оптовим покупцям у розмірі 3-5%	Стимулює виробника до збільшення обсягів виробництва, прискорює виробничий процес	Значні знижки, зумовлені великими обсягами закупівель
Постійним клієнтам	Постійним покупцям - залежно від обсягів покупки та тривалості співпраці - від 1 до 3%	Збільшує споживчу лояльність та клієнтську базу	Практично відсутні
У святкові дні	Залучає більше споживачів до роздрібних продажів та оптових клієнтів	Значне зростання обсягів продажу	Оптові клієнти очікують святкових днів, і підприємство втрачає частину прибутку, яку змогло б отримати від роздрібних продажів
За повну передоплату	Знижка у 2-4% за повну передоплату партії товару - оптовим покупцям	Скорочується термін обігу коштів (дебіторської)	Недоліки можуть спостерігатись при оплаті злотими, адже рівень

		заборгованості)	інфляції низький
--	--	-----------------	------------------

*Джерело: розроблено автором*

На нашу думку, вітчизняному виробнику необхідно використовувати усі перераховані види знижок, аби привернути увагу покупця, а після укріплення на ринку можна буде переглянути їх перелік або зменшити величину.

Далі здійснимо порівняльний аналіз політики і методів ціноутворення на міжнародному ринку (табл. 3.7)

*Таблиця 3.7*

Порівняльний аналіз політики і методів ціноутворення на міжнародному ринку

Елемент	Характеристика		Висновки
	підприємство	конкурент	
Загальна цінова стратегія	Витрати + прибуток	залежно від попиту	Вітчизняне підприємство на етапі виходу на новий ринок змушене привабити покупців, тому використовує дану стратегію. Згодом її варто змінити
Знижки	усі перераховані види знижок	знижки у свята, а також оптовикам	...
Рівень цін	низькі	середні та високі	Вітчизняне підприємство за рахунок привабливої ціни змушене привабити покупців
Швидкість реакції на зміни попиту	висока	висока	Задля ефективної маркетингової політики необхідно реагувати на зміну цін
Програма реакції на зниження цін конкурентами	Часткове зниження	Відсутня	Вітчизняне підприємство повинне оперувати цінами - найбільшою конкурентною перевагою
Ініціативне зниження цін	В перший рік відсутнє, можливе згодом	Присутнє, для розпродажів	Такий інструмент можуть собі компанії, які мають стійкий фінансовий стан

*Джерело: розроблено автором*

Отже, найбільша конкурентна перевага ТОВ «Айсберг ЛТД» (ціна) має нею залишатись, адже саме вона найбільше приваблює споживачів. Згодом підприємство, закріпившись на новому ринку, зможе змінити цінову стратегію

та підвищувати ціни залежно від попиту та інших факторів. Таким чином, можна стверджувати, що ТОВ «Айсберг ЛТД» доцільно виходити на ринок холодильного обладнання Польщі. Польський ринок є привабливим для досліджуваної компанії, і вона має значні перспективи у найближчому майбутньому не лише вийти на цей ринок, але й збільшити свою присутність завдяки основним конкурентним перевагам власної продукції.

### **3.2 Прогнозна оцінка ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД»**

Стратегічний план стимулювання збуту холодильного обладнання досліджуваної компанії на польському ринку подано в Додатку Ц.

Збутова політика передбачатиме використання послуг дистриб'юторів, що дозволить підприємству охопити увесь ринок та збільшити обсяги продажів. Дилерська мережа ТОВ «Айсберг ЛТД» складається з самого підприємства-виробника, оптових і роздрібних посередників, що функціонують як одне ціле. Незалежні дистриб'ютори будуть укладати офіційну угоду з ТОВ «Айсберг ЛТД» для об'єднання своїх зусиль, щоб домогтися збільшення обсягів продажів, з одного боку, та економії коштів, з іншого боку, чого кожен учасник угоди не зміг би досягти окремо. ТОВ «Айсберг ЛТД», в свою чергу, зобов'язується поставляти товар певної якості і в певні терміни, обумовлює якість монтажу і супутнього сервісу.

Варто зазначити, що оскільки підприємство переважно орієнтоване на експорт, на вітчизняному ринку воно реалізовує близько 35% продукції. Проте останнім часом спостерігається зниження попиту на холодильне обладнання через значне зростання конкуренції на ринку. У зв'язку з цим керівництвом підприємства розглядається можливість переорієнтації виробничої та збутової діяльності повністю на експорт. Зазначимо, що для такої переорієнтації необхідно мати інформацію про доцільність та ефективність продажів продукції за кордон.

Також зазначимо, що при такій переорієнтації підприємство не потребує збільшення виробничих потужностей, адже обсяги виробництва залишатимуться незмінними, проте частина продукції, яка реалізовувалась на внутрішньому ринку, буде експортована. У майбутньому, зважаючи на отримані прибутки та перспективи польського ринку холодильного обладнання, буде прийняте рішення про збільшення обсягів виробництва та експорту, а також про придбання нового обладнання та збільшення кількості працівників. Отже, поки польський ринок для підприємства є новим, збільшення виробничих потужностей здійснюватись не буде.

Таким чином, підприємство на вітчизняному ринку реалізувало 45% холодильного обладнання (у 2019 р.) від усього обсягу продукції. Частину цієї продукції підприємство і надалі буде реалізовувати в Україні, щоб не втратити вітчизняний ринок збуту, а частину експортуватиме до Польщі.

Таким чином, експорт холодильного обладнання до Польщі становитиме 1800 тис. грн. Варто відзначити, що в разі переорієнтації підприємства на польський ринок структура витрат зміниться, що обумовлено відповідними витратами. Оскільки підприємство вже здійснює експорт до інших країн, воно володіє усіма необхідними дозвільними документами та сертифікатами, що підтверджують якість продукції на дотримання європейських вимог до складу та безпечності продукції до споживачів.

Поставку продукції підприємство здійснюватиме тричі на рік – весною, літом та восени. Взимку поставок не буде, адже попит значно скорочується. Планується здійснювати експорт наступним чином:

- квітень – 500 тис. грн.;
- червень – 500 тис. грн.;
- вересень – 800 тис. грн..

Оптимальним методом здійснення ЗТО є прямий метод, адже саме цей вид методу використовує підприємства та не потребує посередників при здійсненні експорту. Метод встановлення контакту з іноземним партнером - розсилка комерційних пропозицій потенційним партнерам з переліком

продукції, вартістю та характеристикою. Базисними умовами поставки майбутньої угоди є FCA (склад Продавця), які передбачають необхідність укладання контракту на експорт продукції, додатків до нього (наприклад, специфікації), та митної декларації, в якій вказуються дані експортера продукції, імпортера, умови, за якими здійснюється експорт, назва продукції, її об'єм та ін., а також дата.

При укладанні угоди на експорт продукції продавець (за умовами контракту) поставляє продукцію без авансових платежів. Після повідомлення покупця про готовність відвантажити продукцію оплата повинна надійти протягом 5 робочих днів на розрахунковий рахунок продавця, вказаний в контракті). При проведенні оплати покупець повинен факсом або в електронному вигляді відправити продавцю копію документів про оплату товару (платіжне доручення з печатками імпортера та банку).

Розрахуємо вартість митних платежів (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Вартість митних платежів при експорті

Витрати	1 партія	2 партія	3 партія
Країна походження	Україна	Україна	Україна
Валюта контракту	євро	євро	євро
Вартість контракту, тис. грн.	500	500	800
Курс НБУ, євро/гривня	29,6234*	29,7419*	29,8604*
Вартість контракту, тис. євро	16,879	16,811	26,791
Транспортні витрати (м. Одеса – м. Львів, Львівська митниця), тис. грн.	MAN 8.163 4,096	MAN 8.163 4,096	Mercedes - Benz 1843 6,810
Витрати на оплату праці водія, вантажно-розвантажувальні роботи, тис. грн.	4,7 1,2	4,7 1,2	4,7 1,9
Разом	9,996	9,996	13,410

\* прогноз

Джерело: розроблено автором

Оскільки додаткових працівників не потрібно приймати на роботу, адже обсяги виробництва залишаться незмінними, а також підприємство не потребує нового обладнання, відповідно, основна стаття витрат – це транспортні витрати.

За рахунок значно вищої ціни на продукцію на польському ринку чистий дохід від реалізації цієї продукції зросте на 30-45% (залежно від виду товару). Середнє відхилення складає 37,5%. Інші статті витрат залишаться незмінними, проте зросте собівартість виробленої продукції (яка буде експортуватись до Польщі через високі вимоги до якості холодильного обладнання. Загалом в загальному обсязі собівартості зростання витрат на виробництво холодильного обладнання, що буде експортуватись до Польщі, складе в середньому 12%.

З метою оцінки ефективності розробленої стратегії виходу ТОВ «Айсберг ЛТД» на польський ринок в таблиці 3.9 наведемо 2 варіанти: без виходу на новий ринок та з урахуванням реалізації розробленої конкурентної стратегії, яка передбачає вихід на польський ринок холодильного обладнання. Обсяг виробництва продукції залишимо на рівні 2019 року.

Таблиця 3.9

Оцінка ефективності конкурентної стратегії виходу ТОВ «Айсберг ЛТД» на польський ринок холодильного обладнання

Показники	Варіанти		Відхилення	
	до виходу на новий ринок	при виході на новий ринок	абсолютні	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	55861	56519	658	1,2
Собівартість реалізованої продукції	46016	46233	217	0,5
Валовий прибуток	9845	10286	441	4,5
Інші операційні доходи	1172	1172	0	0,0
Адміністративні витрати	7222	7222	0	0,0
Витрати на збут	942	975	33	3,5
Інші операційні витрати	2309	2309	0	0,0
Фінансовий результат від операційної діяльності	544	952	408	75,0
Інші фінансові доходи	0	0	0	0
Фінансові витрати	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування	544	952	408	75,0
Витрати з податку на прибуток	222	388	166	75,0
Чистий прибуток	322	564	242	75,0

Джерело: розроблено автором

З таблиці бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростатиме на 1,2%, величина валового прибутку – на 4,5%, при цьому фінансовий результат від операційної діяльності, а також до оподаткування матиме додатне значення, що призведе до зростання величини чистого прибутку на 242 тис. грн.

Відзначимо, що в перший рік виходу підприємства на польський ринок обсяги експорту будуть невеликими, проте з урахуванням позитивних тенденцій підприємство зможе збільшити величину експорту, проте варто буде збільшувати штат працівників та придбати нове обладнання для збільшення обсягів виробництва.

Далі проаналізуємо показники рентабельності підприємства (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Аналіз рентабельності ТОВ «Айсберг ЛТД» при виході на новий ринок збуту

Показники	Роки		Абсолютні відхилення прогноз/факт
	до виходу на новий ринок	при виході на новий ринок	
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,58	1,00	0,42
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,7	1,22	0,52

Джерело: розроблено автором

Зростання коефіцієнту рентабельності діяльності – свідчення зростання ефективності усієї господарської діяльності компанії. Зростання коефіцієнту рентабельності продукції компанії свідчить про перспективу зростання ефективності реалізації її продукції.

Таким чином, зроблено висновок, що запропонована конкурентна стратегія компанії на ринку холодильного обладнання є економічно ефективною та пропонованою до впровадження. Отже, розроблена стратегія



виходу ТОВ «Айсберг ЛТД» на польський ринок холодильного обладнання є ефективною та рекомендованою до впровадження.

Також зазначимо, що сайт ТОВ «Айсберг ЛТД» є зручним для користувачів, містить необхідну інформацію, а також пропонує широкий асортимент продукції. Проте, основна складність роботи ТОВ «Айсберг ЛТД» полягає в специфіці просування. Можна просунути сайт в ТОП видачі по великій кількості ключових слів, але це не буде гарантією високих продажів.

Завдання фахівця з просування - залучити покупців і збільшити конверсію сайту. Для її вирішення необхідно використовувати комплекс інструментів. Для просування сайту ТОВ «Айсберг ЛТД» можна використати ті ж технології і методи, що і для розкрутки сайтів інших тематик. Особливість полягає в підборі більш ефективних інструментів для роботи в цій ніші.

В першу чергу, ТОВ «Айсберг ЛТД» спочатку необхідно здійснити базові дії з SEO-оптимізації сайту. Підбираються ключові слова, за якими комерційний майданчик буде просуватися в пошукових системах. При виборі запитів вивчається каталог продукції, напрямки діяльності, а також проводиться аналіз конкурентів.

Щоб поліпшити якість трафіку і позбутися від нецільових користувачів, ТОВ «Айсберг ЛТД» необхідно використовувати низькочастотні запити. Бажано кожен вид продукції просувати по її найменуванню.

Крім внутрішньої оптимізації, ТОВ «Айсберг ЛТД» обов'язково треба провести зовнішню. Необхідно отримати якісні посилання зі сторонніх сайтів, а також організувати просування в соціальних мережах. Для залучення покупців використовується реклама. Причому бажано не обмежуватися рекламою в Інтернеті, а задіяти зовнішню, радіо і ТБ-рекламу.

Просування сайту засноване на роботі з ключовими факторами, що впливають на ефективність продажів ТОВ «Айсберг ЛТД» в мережі:

1. Веб-дизайн.
2. Наповнення сайту.
3. Зворотній зв'язок з клієнтами.

4. Правильні цільові сторінки.
5. Структурування та навігація.

Сайт ТОВ «Айсберг ЛТД» повинен виглядати естетичним і привабливим.

Користувачі будуть оцінювати якість продукту по текстовому опису і фотографіям. Всі зображення повинні бути чіткими, яскравими, реалістичними. Варто використовувати для наповнення унікальні і якісні фотографії, зрозумілі і інформативні тексти.

Для будь-якого покупця важливий зворотний зв'язок з продавцем. Завжди потрібно відповідати на питання відвідувачів сайту, розмішувати корисні рекомендації та статті-огляди. Основне завдання ТОВ «Айсберг ЛТД» - переконати користувача в тому, що пропонований продукт має високу якість. Не потрібно також забувати про довіру між продавцем і покупцем. Щоб клієнти поверталися на сайт ТОВ «Айсберг ЛТД», вони повинні залишитися задоволеними першою покупкою і спілкуванням з продавцем.

Самостійне просування сайту ТОВ «Айсберг ЛТД» - завдання складне. Оскільки мова йде про специфічну продукцію, краще звертатися до професійних оптимізаторів і інтернет-маркетологів, які допоможуть заощадити час і кошти, підберуть потрібні інструменти розкрутки і виведуть сайт на гідний рівень розвитку. Таким чином, підприємству необхідно просувати свій сайт з метою збільшення обсягів продажів на зарубіжних ринках збуту, що дозволить підприємству зменшити витрати на збут. В таблиці 3.11 наведемо витрати на це просування.

Таблиця 3.11

Прогноз витрат на просування сайту ТОВ «Айсберг ЛТД», тис. грн.

Показники	Роки				Відхилення					
	2021	2022	2023	2024	абсолютне			темп приросту, %		
					2022/ 2021	2023/ 2022	2024/ 2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2024/ 2023
Витрати на SEO-оптимізацію	59	61	64	72	2	3	8	3,4	4,9	12,5
Витрати на просування сайту в мережі Інтернет	33	38	44	52	5	6	8	15,2	15,8	18,2
Послуги сторонніх організацій щодо	91	103	109	114	12	6	5	13,2	5,8	4,6

удосконалення сайту										
---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

*Джерело: розроблено автором*

З таблиці 3.22 бачимо, що досліджуваному підприємству варто також використовувати послуги інших організацій, які здійснюють професійне дослідження ефективності сайту, аналізують показники ефективності, визначають слабкі сторони проекту та розробляють напрями їх покращання.

Таким чином, вищенаведені пропозиції дозволять не лише покращити сприйняття сайту досліджуваного підприємства, а й оптимізувати його у пошуках, що дозволить збільшити кількість покупців та обсяги продажів через сайт на зарубіжних ринках.

### **Висновки до розділу 3**

Були наведені напрями підвищення ефективності експортної діяльності підприємства та зазначено, що пріоритетними напрямами досліджуваного підприємства на новому ринку збуту повинні стати ефективна цінова політика й оптимізація та просування сайту з метою поширення інформації про підприємство та його продукцію серед польських покупців. Порівнявши ринки Німеччини, Австрії та Польщі, для виходу досліджуваного підприємства на новий ринок збуту холодильного обладнання було обрано Польщу.

Таким чином, зроблено висновок, що запропонована конкурентна стратегія компанії на ринку холодильного обладнання є економічно ефективною та пропонованою до впровадження.

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

1. Проаналізовано наукові підходи до забезпечення розвитку експортоорієнтованого виробництва та зазначено, що міжнародна торгівля є основною формою зв'язку між товаровиробниками різних країн, формуючи їх економічну взаємозалежність. Зазначено, що експортна діяльність здійснюється на загально визначених науковцями рівнях таких, як глобальний рівень світового співтовариства, державний макrorівень, регіональний мезорівень та мікрорівень підприємства, виключно відповідними їм суб'єктами господарювання. Зроблено висновок, що експортна діяльність – продаж товарів вітчизняними суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним споживачам шляхом вивезення чи без вивезення цих товарів через митний кордон країни.

2. Здійснено аналіз світового ринку холодильного обладнання та зроблено висновок, що сегментація ринку промислового холодильного обладнання наступна: компресори; конденсатори; випарники; елементи управління; інші види продукції. Розвиток у кожній країні торгівлі харчовою продукцією (замороженою, охолодженою), а також ресторанного бізнесу потребує збільшення обсягів виробництва промислового холодильного обладнання, що обумовлює зростання обсягів виробництва та міжнародної торгівлі холодильним обладнанням. Зроблено висновок, що в структурі виробництва холодильного обладнання найбільшу частку займає саме торговельне обладнання, що зумовлено збільшенням кількості магазинів та закладів ресторанного бізнесу у світі. В структурі експорту відзначено найбільшу частку Китаю, яка зростає щороку, адже ця країна – визнаний лідер з виробництва холодильного обладнання.

3. Оцінено фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «Айсберг ЛТД» та зазначено, що чистий дохід від реалізації продукції

підприємства зріс у 2016-2018 рр., проте у 2019 р. його величина зменшилась, а підприємство отримало чистий прибуток у 2016-2019 рр. В структурі активів підприємства найбільша частка припадала на оборотні активи (у 2015 та 2018 рр.) та необоротні активи (у 2016-2017 та 2019 рр.). В структурі пасивів найбільша частка належала поточним зобов'язанням і забезпеченням (у 2015 р.) та власному капіталу (у 2016-2019 рр.). Зроблено висновок, що фінансовий стан досліджуваної компанії був нестійким у 2015-2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами. Проте у 2017-2019 рр. спостерігається залежність підприємства від залучених фінансових коштів. Також за результатами проведеного аналізу зовнішнього середовища діяльності підприємства зазначено, що фактори зовнішнього середовища здійснюють різний вплив на підприємство: як позитивний (поступове відновлення економіки, зростання купівельної спроможності споживачів, розвиток нових технологій), так і негативний (зменшення кількості населення в країні, нестабільна політична та економічна ситуація).

4. Проведено аналіз ефективності експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» та зроблено висновок, що найбільший темп зростання експорту продукції спостерігався у 2017 р., тоді як у 2019 р. величина експорту зменшилась через загальне зниження обсягу виробництва та реалізації продукції. Зроблено висновок, що у 2019 р. зросла частка експорту вертикальних та горизонтальних холодильних вітрин, таким чином, підприємство здійснює міжнародну торгівлю власною продукцією та отримує відповідні прибутки. Зазначено наступне: найбільше продукції екпортувалось до Франції. У 2015 р. та 2017-2019 рр. найменше продукції екпортувалось до Італії, а у 2016 р. – до Великобританії. За результатами аналізу відзначено переважно експортоорієнтовану діяльність досліджуваного підприємства, проте протягом досліджуваного періоду зростають обсяги реалізації продукції на українському ринку.

Зроблено висновок, що, обсяг експорту зменшився у 2019 р., також зменшився чистий дохід від експорту, чистий експортний прибуток та

рентабельність експорту. Зростання кількості поставленої продукції спостерігалось у 2016-2018 рр. Відповідно, відсоток виконання контрактів зріс у 2017 р., проте негативним моментом є його зменшення у 2018 р. Зазначено, що основними причинами невиконання частини контрактів стали інфляція та знецінення гривні; політична нестабільність в країні; стрімке зростання цін на сировину та матеріали, що зумовило зростання вартості продукції та необхідність коригування цін на поставку (експорт).

5. Наведено напрями підвищення ефективності експортної діяльності підприємства та зазначено, що пріоритетними напрямами досліджуваного підприємства на новому ринку збуту повинні стати ефективна цінова політика й оптимізація та просування сайту з метою поширення інформації про підприємство та його продукцію серед польських покупців. Порівнявши ринки Німеччини, Австрії та Польщі, для виходу досліджуваного підприємства на новий ринок збуту холодильного обладнання було обрано Польщу. Зазначено також, що ТОВ «Айсберг ЛТД» має можливість застосовувати стратегію лідерства в ніші і в подальшому нарощувати обсяги та розширювати межі ніші. Таким чином компанія зможе нівелювати загрози з боку лідерів у галузі, тому що сегмент є нецікавим для них.

ТОВ «Айсберг ЛТД» буде орієнтуватись на усі групи споживачів, проте найбільший асортимент буде призначено для закладів громадського харчування. Основним видом продукції будуть вертикальні холодильні вітрини, які користуються найбільшим попитом. Зазначено, що ціни вітчизняного підприємства є меншими за ціни конкурентів, проте впродовж 2021-2023 рр. вони зростуть, хоча і ненабагато, що обумовлено зростанням вартості сировини та операційних витрат у країні-виробнику.

6. Надано прогнозну оцінку ефективності експортної діяльності підприємства та зроблено висновок, що підприємство на вітчизняному ринку реалізувало 45% холодильного обладнання (у 2019 р.) від усього обсягу продукції. Частина цієї продукції підприємство і надалі буде реалізовувати в Україні, щоб не втратити вітчизняний ринок збуту, а частину експортуватиме

до Польщі. Оптимальним методом здійснення ЗТО є прямий метод, адже саме цей вид методу використовує підприємства та не потребує посередників при здійсненні експорту. За рахунок значно вищої ціни на продукцію на польському ринку чистий дохід від реалізації цієї продукції зросте на 30-45% (залежно від виду товару). Середнє відхилення складає 37,5%. За результатами проведених розрахунків зазначено, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростатиме на 1,2%, величина валового прибутку – на 4,5%, при цьому фінансовий результат від операційної діяльності, а також до оподаткування матиме додатне значення, що призведе до зростання величини чистого прибутку на 242 тис. грн. Тому запропонована конкурентна стратегія компанії на ринку холодильного обладнання є економічно ефективною та пропонованою до впровадження. Отже, розроблена стратегія виходу ТОВ «Айсберг ЛТД» на польський ринок холодильного обладнання є ефективною та рекомендованою до впровадження.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Австрія // КНОЕМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/%D0%90%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F>.
2. Безрукова Т.Л. Классификация показателей оценки эффективности экономической деятельности промышленного предприятия / Т.Л. Безрукова, А.Н. Борисов, И.И. Шанин // Общество: политика, экономика, право. – 2012. – № 1. – С. 23-27.
3. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. / С. В. Бестужева. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2016. – 274 с.
4. Бестужева С. В. Управління експортною діяльністю підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.06.01 — Економіка, організація і управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / С. В. Бестужева. — Харків, 2003. — 20 с.
5. Бойко О. С. Теоретико-методичні підходи до оцінки потенціалу модернізації як основи стратегії модернізації підприємства / О. С. Бойко, Л. М. Гейко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 3(3). - С. 195-199.
6. Бондарева Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства / Т.І. Бондарева, А.І. Осадчук // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 3(15). – С. 91-104.
7. Васюренко В. А. Оцінка економічного потенціалу підприємства / В. А. Васюренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2016. - Вип. 17(1). - С. 51-54.
8. Веремєєнко В.Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В.Г. Веремєєнко // Економічний форум. - 2015. - № 7. - с. 22-25.

9. Гавура В. О. Методичні підходи до формування стратегії підвищення конкурентоспроможності регіону / В. О. Гавура // Економічний простір. - 2012. - № 60. - С. 45–52.
10. Горбунов М.П. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств та її ефективність / М.П. Горбунов, В.О. Ажедь // Економічний форум. – 2016. - № 4. – С. 33-37.
11. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № **436-IV** [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
12. Драган О. І. Оцінка інтелектуального потенціалу при формуванні конкурентних переваг підприємства / О. І. Драган, Ю. М. Гринюк // Наукові праці Національного університету харчових технологій. - 2018. - Т. 24, № 3. - С. 79-87.
13. Дробот І.А. Резерви підвищення експортного потенціалу підприємств / І.А. Дробот // Економічний форум. – 2015. - № 1(15). – С. 27-32.
14. Дубков С. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / С. Дубков, С. Дадалко, Д. Фоменок // Банковский вестник. – 2011. – № 28(537). – С. 29-35.
15. Заєць М.М. Теоретичні концепції управління ЗЕД підприємств / М.М. Заєць // Вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 19.7. – С. 78-90.
16. Захарчук Т. Аналіз сучасного стану світового господарства / Т. Захарчук // Економічний форум. – 2017. - № 8. – С. 24-32.
17. Зборовська Ю.Л. Механізм реалізації експортного потенціалу підприємств / Ю.Л. Зборовська, О.О. Школьний // Інноваційна економіка. – 2013. - № 4(30). – С. 19-24.
18. Лаврів І.М. Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу / І.М. Лаврів // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2016. - Вип. 8. - Ч. 1. - С. 129-131.
19. Лаптева В. В. Оцінка потенціалу промислового підприємства в інноваційному розвитку / В. В. Лаптева // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. - 2015. - Т. 2, вип. 1. - С. 112-119.

20. Лебідь І.Г. Ефективність механізмів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств: базові підходи та методологія оцінки // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – № 101. – Т. 2. – С. 128-134.

21. Лопарьова М.І. Методичні підходи до оцінки ефективності ЗЕД підприємств / М.І. Лопарьова // Економічні науки. – 2010. - № 14. - С. 112-120.

22. Мазаракі А.А. Управління експортним потенціалом України: [монографія] / [А.А. Мазаракі та ін.] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К. : Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2007. – 210 с.

23. Маргасова В.Г. Аналіз фінансових результатів зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання / В.Г. Маргасова, А.В. Роговий, В.В. Виговська // Актуальні проблеми економіки: наук. економ. журнал. – 2009. – № 3 (93). – С. 207-213.

24. Мартиненко В. П. Оцінка виробничого потенціалу підприємства / В. П. Мартиненко, В. В. Усатюк // Підприємництво та інновації. - 2015. - Вип. 1. - С. 48-54.

25. Мельник О. Індикатори оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. Мельник, Ю. Логвіненко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2016. - №15 (599). – С.124-130.

26. Мировой рынок холодильного оборудования [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mir-klimata.info/mirovye-novosti-112/>.

27. Мировой рынок холодильного оборудования-2020 // Мир климата [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mir-klimata.info/mirovye-novosti-118/>.

28. Митний Кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.

29. Німеччина // КНОЕМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F>.

30. Овсіюк О.В. Конкурентна стратегія підприємства: теоретичний аспект / О.В. Овсіюк // Наукові дослідження. - 2014. - № 2. - С. 17-19.

31. Павленко І.І., Варяниченко О.В., Навроцька Н.А. Міжнародна торгівля та інвестиції. . - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 256 с.

32. Парова Л. Стратегічне планування ЗЕД промислового підприємства / Л. Парова, Є. Хоменко // Науковий вісник РДГУ. – 2013. – Вип. 17(102). – С. 55-61.

33. Пепа Т. Потенціал модернізації як базис ефективного соціально-економічного розвитку країни в контурі відтворювальних процесів / Т. Пепа, Л. Чернюк // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2017. - Вип. 44(1). - С. 42-49.

34. Пилипенко Ю.І. Фактори технологічного відставання національної економіки України / Ю.І. Пилипенко // Європейський вектор економічного розвитку: Збірник наук. праць. Вип. 1 (6). – Дніпропетровськ, 2009. – С. 141–145.

35. Пілецька С.Т. Формування механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства / С.Т. Пілецька // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2010. - № 2. – С. 70-73.

36. Пісоченко Т. С. Формування та розвиток експортного потенціалу підприємств агропродовольчого підкомплексу : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Т. С. Пісоченко. - Миколаїв : МНАК, 2017. - 32 с.

37. Польща // КНОЕМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B0>.

38. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

39. Рынок промышленного холодильного оборудования будет расти на 7% ежегодно с 2015 по 2020 гг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[https://aircool.ru/news/rynok\\_promyshlennogo\\_holodilnogo\\_oborudovaniya\\_budet\\_asti\\_na\\_7\\_ezhegodno\\_s\\_2015\\_po\\_2020\\_gg/](https://aircool.ru/news/rynok_promyshlennogo_holodilnogo_oborudovaniya_budet_asti_na_7_ezhegodno_s_2015_po_2020_gg/).

40. Свириденко Р.І. Сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньоторговельної політики України / Р.І. Свириденко // Економічний форум. – 2013. - № 9. – С. 2-6.

41. Стельмащук Н.А. Перспективи зовнішньоекономічних зв'язків України в економічному світовому співтоваристві / Н.А. Стельмащук // Інноваційна економіка. – 2012. - № 2(28). – С. 302-305.

42. Федосов О. Методика аналізу конкурентоспроможності національних економік в умовах глобалізації світогосподарських процесів / О. Федосов // Регіональний розвиток економіки. – 2015. - № 4. – С. 15-21.

43. Branch A. E. Element of Export Marketing and Management. — Second edition. Charman and Hall, 1990. — 316 p.

44. Brigham E. F. Intermediate Financial Management / E.F. Brigham, P.R. Daves // USA, Thomson, South-Western. – 2004. – 230 p.

45. Castells M. The Institutions of the New Economy / M. Castells // Conference, Queen Elizabeth Hall, London, 19 June.

46. Legislation, regulations and policies to control HCFCs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.unep.fr/ozonaction/topics/hcfc\\_legislation.htm](http://www.unep.fr/ozonaction/topics/hcfc_legislation.htm).

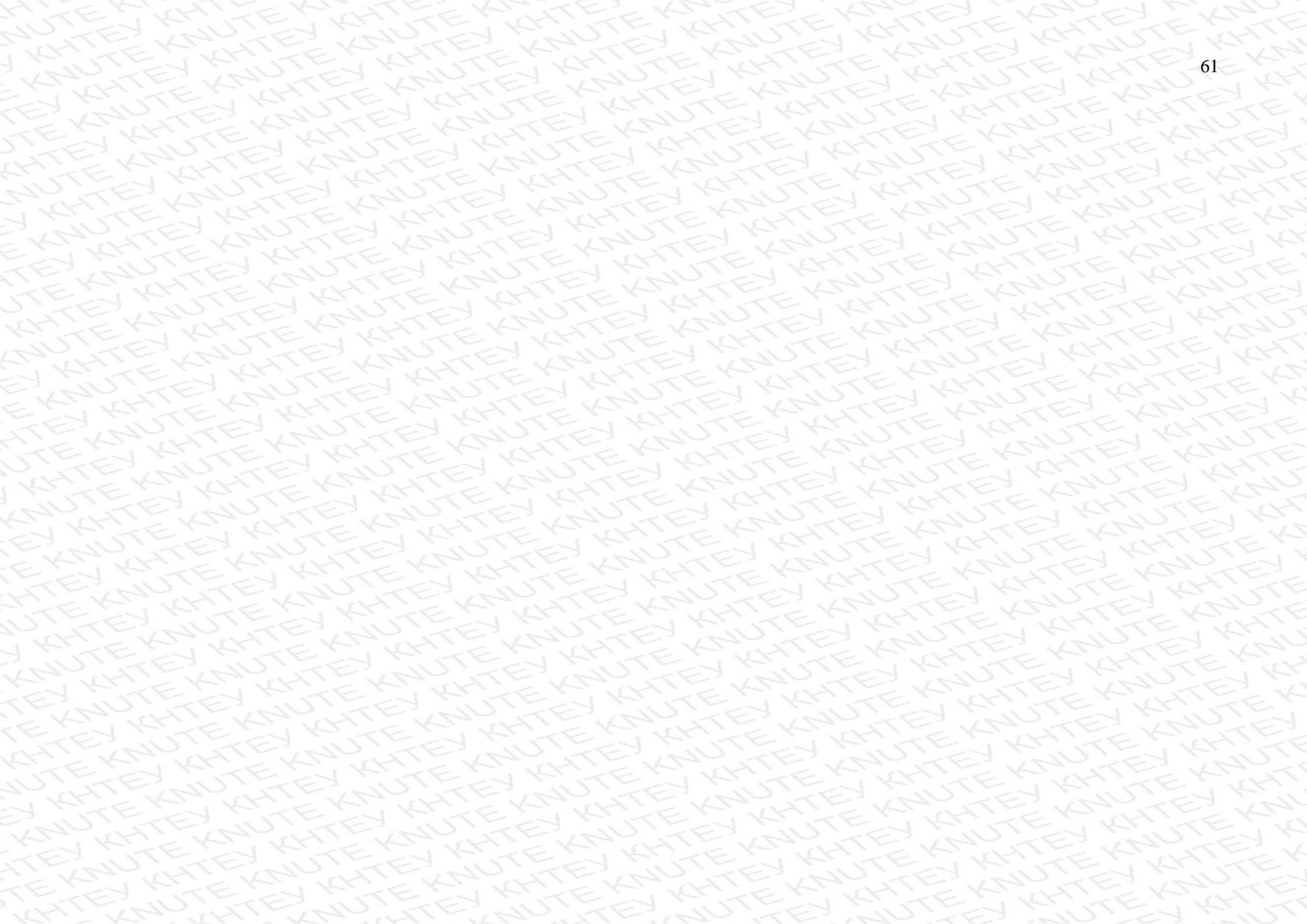
47. Refrigerator and Freezer Exports by Country // World's Top Exports [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldstopexports.com/refrigerators-exports-country/>.

ДОДАТКИ

## Додаток А

Аналіз активів ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., тис. грн.

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
<b>АКТИВИ</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>9752</b>	<b>12393</b>	<b>16995</b>	-979	1726	2641	4602	-10,9	21,5	27,1	37,1
<b>1. Необоротні активи</b>	<b>3318</b>	<b>6263</b>	<b>5758</b>	<b>5976</b>	<b>6371</b>	2945	-505	218	395	88,8	-8,1	3,8	6,6
Основні засоби	3294	6251	5758	5976	6371	2957	-493	218	395	89,8	-7,9	3,8	6,6
Інші фінансові інвестиції	24	12	0	0	0	-12	-12	0	0	-50,0	-100,0	-	-
<b>2. Оборотні активи</b>	<b>5687</b>	<b>1763</b>	<b>3994</b>	<b>6417</b>	<b>10624</b>	-3924	2231	2423	4207	-69,0	126,5	60,7	65,6
Запаси	183	615	747	1045	1196	432	132	298	151	236,1	21,5	39,9	14,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	849	0	1101	1664	5051	-849	1101	563	3387	-100,0	100,0	51,1	203,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками:													
з бюджетом	217	412	328	462	477	195	-84	134	15	89,9	-20,4	40,9	3,2
Інша поточна дебіторська заборгованість	4437	291	293	513	3785	-4146	2	220	3272	-93,4	0,7	75,1	637,8
Гроші та їх еквіваленти	1	445	1525	2733	115	444	1080	1208	-2618	44400,0	242,7	79,2	-95,8





Додаток Б

Аналіз пасивів ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., тис. грн.

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
<b>ПАСИВИ</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>9752</b>	<b>12393</b>	<b>16995</b>	-979	1726	2641	4602	-10,9	21,5	27,1	37,1
<b>1. Власний капітал</b>	<b>2404</b>	<b>5575</b>	<b>6662</b>	<b>9068</b>	<b>9390</b>	3171	1087	2406	322	131,9	19,5	36,1	3,6
Зареєстрований (пайовий) капітал	3152	3152	3152	3152	3152	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Капітал у дооцінках	0	3160	3158	3158	3158	3160	-2	0	0	100,0	-0,1	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-748	-737	352	2758	3080	11	1089	2406	322	-1,5	-147,8	683,5	11,7
<b>2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>	<b>387</b>	<b>449</b>	<b>551</b>	<b>1178</b>	<b>1531</b>	62	102	627	353	16,0	22,7	113,8	30,0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	387	449	551	1178	1531	62	102	627	353	16,0	22,7	113,8	30,0
<b>3. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>	<b>6214</b>	<b>2002</b>	<b>2539</b>	<b>2147</b>	<b>6074</b>	-4212	537	-392	3927	-67,8	26,8	-15,4	182,9
Короткострокові кредити банків	1000	0	0	0	3000	-1000	0	0	3000	-100,0	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість:													
за товари, роботи, послуги	132	440	326	258	808	308	-114	-68	550	233,3	-25,9	-20,9	213,2
за розрахунками з бюджетом	51	133	267	264	252	82	134	-3	-12	160,8	100,8	-1,1	-4,5

за розрахунками зі страхування	209	412	636	319	394	203	224	-317	75	97,1	54,4	-49,8	23,5
за розрахунками з оплати праці	400	834	1228	1266	1583	434	394	38	317	108,5	47,2	3,1	25,0
за одержаними авансами	30	25	0	0	0	-5	-25	0	0	-16,7	-100,0	-	-
Інші поточні зобов'язання	4392	158	82	40	37	-4234	-76	-42	-3	-96,4	-48,1	-51,2	-7,5

## Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2015 р.

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	3685	3294	4323
первісна вартість	1011	13312	13310	13451
знос	1012	9627	10016	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0

накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	36	24	48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3721</b>	<b>3318</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	235	183	243
Виробничі запаси	1101	235	183	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0	0

Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	164	849	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	462	217	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	69	69	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4517	4437	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2028	1	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	2028	1	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0

інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>7406</b>	<b>5687</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>11127</b>	<b>9005</b>	<b>15574</b>

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітнього періоду</b>	<b>На кінець звітнього періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	775	-748	1378

Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>3927</b>	<b>2404</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	366	387	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	366	387	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок	1534	0	0	0

звітнього періоду)				
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>366</b>	<b>387</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	0	1000	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	110	132	45
за розрахунками з бюджетом	1620	253	51	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	342	209	399
за розрахунками з оплати праці	1630	733	400	727
за одержаними авансами	1635	0	30	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0



Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	5396	4392	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	6834	6214	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	11127	9005	15574

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2015 рік**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16459	18328
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 14775 )	( 17014 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1684	1314
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )

Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	481	762
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 2089 )	( 2162 )
Витрати на збут	2150	( 60 )	( 79 )
Інші операційні витрати	2180	( 1424 )	( 362 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 1408 )	( 527 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0

Інші фінансові доходи	2220	2	2
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 107 )	( 72 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 1513 )	( 597 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-10	-6
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 1523 )	( 603 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0

Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-1523	-603

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1615	2047
Витрати на оплату праці	2505	10259	11441
Відрахування на соціальні заходи	2510	3808	4285
Амортизація	2515	391	704
Інші операційні витрати	2520	775	788
Разом	2550	16848	19265

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-1.1597492	-0.4591784
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-1.1597492	-0.4591784
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

## Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2016 р.

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	3294	6251	4323
первісна вартість	1011	13310	86357	13451
знос	1012	10016	80106	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0

накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	24	12	48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3318</b>	<b>6263</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	183	615	243
Виробничі запаси	1101	183	614	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	1	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0



Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	849	0	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	217	412	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	69	69	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4437	291	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1	445	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	1	445	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0

інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>5687</b>	<b>1763</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>15574</b>

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітнього періоду</b>	<b>На кінець звітнього періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	3160	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-748	-737	1378

Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>2404</b>	<b>5575</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	387	449	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	387	449	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок	1534	0	0	0

звітнього періоду)				
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>387</b>	<b>449</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	1000	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	132	440	45
за розрахунками з бюджетом	1620	51	133	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	209	412	399
за розрахунками з оплати праці	1630	400	834	727
за одержаними авансами	1635	30	25	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0

Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	4392	158	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	6214	2002	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	9005	8026	15574

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

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	20859	16459
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 17994 )	( 14775 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	2865	1684
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )

Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	877	481
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 2293 )	( 2089 )
Витрати на збут	2150	( 59 )	( 60 )
Інші операційні витрати	2180	( 1291 )	( 1424 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	99	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 0 )	( 1408 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0

Інші фінансові доходи	2220	1	2
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 89 )	( 107 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	11	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 0 )	( 1513 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	-10
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	11	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 0 )	( 1523 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	3160	0



Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	3160	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	3160	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3171	-1523

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	3687	1615
Витрати на оплату праці	2505	11512	10259
Відрахування на соціальні заходи	2510	4188	3808
Амортизація	2515	365	391
Інші операційні витрати	2520	483	775
Разом	2550	20235	16848

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.0083764	-1.1597492
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.0083764	-1.1597492
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

## Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2017 р.

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	6251	5758	4323
первісна вартість	1011	86357	86765	13451
знос	1012	80106	81007	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0

накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	12	0	48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>6263</b>	<b>5758</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	615	747	243
Виробничі запаси	1101	614	746	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	1	1	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0

Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0	1101	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	412	328	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	69	0	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	291	293	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	445	1525	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	445	1525	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0

інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1763</b>	<b>3994</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>8026</b>	<b>9752</b>	<b>15574</b>

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітнього періоду</b>	<b>На кінець звітнього періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	3160	3158	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-737	352	1378

Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>5575</b>	<b>6662</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	449	551	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	449	551	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок	1534	0	0	0

звітнього періоду)				
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>449</b>	<b>551</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	440	326	45
за розрахунками з бюджетом	1620	133	267	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	412	636	399
за розрахунками з оплати праці	1630	834	1228	727
за одержаними авансами	1635	25	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0



Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	158	82	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	2002	2539	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	8026	9752	15574

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

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	34870	20859
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 28591 )	( 17994 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	6279	2865
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )

Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	1684	877
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(3927)	(2293)
Витрати на збут	2150	(142)	(59)
Інші операційні витрати	2180	(2431)	(1291)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1463	99
Фінансовий результат від операційної	2195	(0)	(0)

діяльності: збиток			
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	1
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(7)	(89)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1457	11
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-368	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1089	11
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період
--------	-----------	-------------------	-----------------------

			<b>попереднього року</b>
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	3160
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	3160
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	3160
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1089	3171

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	6685	3687
Витрати на оплату праці	2505	17538	11512
Відрахування на соціальні заходи	2510	6358	4188
Амортизація	2515	905	365
Інші операційні витрати	2520	821	483

Разом	2550	32307	20235
-------	------	-------	-------

#### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.8292625	0.0083764
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.8292625	0.0083764
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	5758	5976	4323
первісна вартість	1011	86765	87975	13451
знос	1012	81007	81999	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0

накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>5758</b>	<b>5976</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	747	1045	243
Виробничі запаси	1101	746	998	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	1	47	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0



Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1101	1664	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	328	462	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	293	513	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1525	2733	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	1525	2733	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0

інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	1195	3994	6417	11203
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	1200	0	0	0
<b>Баланс</b>	1300	9752	12393	15574

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітнього періоду</b>	<b>На кінець звітнього періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	3158	3158	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	352	2758	1378

Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>6662</b>	<b>9068</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	551	1178	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	551	1178	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок	1534	0	0	0

звітнього періоду)				
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>551</b>	<b>1178</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	326	258	45
за розрахунками з бюджетом	1620	267	264	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	636	319	399
за розрахунками з оплати праці	1630	1228	1266	727
за одержаними авансами	1635	0	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0

Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	82	40	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	2539	2147	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	9752	12393	15574

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2018 рік**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	56564	34870
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 43627 )	( 28591 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	12937	6279
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах	2105	0	0

довгострокових зобов'язань			
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	3368	1684
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 8675 )	( 3927 )
Витрати на збут	2150	( 534 )	( 142 )
Інші операційні витрати	2180	( 4080 )	( 2431 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	3016	1463
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0

Інші фінансові доходи	2220	0	1
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(7)	(7)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	3009	1457
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-603	-368
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2406	1089
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0



Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2406	1089

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	16558	6685
Витрати на оплату праці	2505	26544	17538
Відрахування на соціальні заходи	2510	5700	6358
Амортизація	2515	1008	905
Інші операційні витрати	2520	1956	821
Разом	2550	51766	32307

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	1.8321448	0.8292625
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	1.8321448	0.8292625
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

## Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002			
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010	5976	6371	4323
первісна вартість	1011	87975	89251	13451
знос	1012	81999	82880	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015			
первісна вартість	1016			
знос	1017			
Довгострокові біологічні активи:	1020			
первісна вартість	1021			

накопичена амортизація	1022			
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030			
інші фінансові інвестиції	1035			48
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>5976</b>	<b>6371</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	1045	1196	243
Виробничі запаси	1101	998	440	243
Незавершене виробництво	1102			
Готова продукція	1103	47	756	
Товари	1104			
Поточні біологічні активи	1110			
Депозити перестраховування	1115			

Векселі одержані	1120			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1664	5051	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130			
з бюджетом	1135	462	477	605
у тому числі з податку на прибуток	1136			69
з нарахованих доходів	1140			
із внутрішніх розрахунків	1145			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	513	3785	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	2733	115	5573
Готівка	1166			
Рахунки в банках	1167	2733	115	5573
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			

інших страхових резервах	1184			
Інші оборотні активи	1190			
<b>Усього за розділом II</b>	1195	6417	10624	11203
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	1200			
<b>Баланс</b>	1300	12393	16995	15574

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітнього періоду</b>	<b>На кінець звітнього періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401			
Капітал у дооцінках	1405	3158	3158	
Додатковий капітал	1410			
Емісійний дохід	1411			
Накопичені курсові різниці	1412			
Резервний капітал	1415			
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2758	3080	1378

Неоплачений капітал	1425	( )	( )	( )
Вилучений капітал	1430	( )	( )	( )
Інші резерви	1435			
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>9068</b>	<b>9390</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500			
Пенсійні зобов'язання	1505			
Довгострокові кредити банків	1510			
Інші довгострокові зобов'язання	1515			20
Довгострокові забезпечення	1520	1178	1531	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	1178	1531	439
Цільове фінансування	1525			
Благодійна допомога	1526			
Страхові резерви, у тому числі:	1530			
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531			
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532			
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533			
інші страхові резерви; (на початок	1534			

звітнього періоду)				
Інвестиційні контракти;	1535			
Призовий фонд	1540			
Резерв на виплату джек-поту	1545			
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>1178</b>	<b>1531</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600		3000	
Векселі видані	1605			
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610			
за товари, роботи, послуги	1615	258	808	45
за розрахунками з бюджетом	1620	264	252	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621			
за розрахунками зі страхування	1625	319	394	399
за розрахунками з оплати праці	1630	1266	1583	727
за одержаними авансами	1635			
за розрахунками з учасниками	1640			
із внутрішніх розрахунків	1645			
за страховою діяльністю	1650			
Поточні забезпечення	1660			



Доходи майбутніх періодів	1665			
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670			
Інші поточні зобов'язання	1690	40	37	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	2147	6074	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700			
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800			
<b>Баланс</b>	1900	12393	16995	15574

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2019 рік**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	55861	56564
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 46016 )	( 43627 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий: прибуток	2090	9845	12937
Валовий: збиток	2095	( )	( )

Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	1172	3368
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	( 7222 )	( 8675 )
Витрати на збут	2150	( 942 )	( 534 )
Інші операційні витрати	2180	( 2309 )	( 4080 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	544	3016
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( )	( )
Дохід від участі в капіталі	2200		

Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	( )	( 7 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( )	( )
Інші витрати	2270	( )	( )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	544	3009
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( )	( )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-222	-603
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	322	2406
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( )	( )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	322	2406

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	13687	16558
Витрати на оплату праці	2505	32284	26544
Відрахування на соціальні заходи	2510	7161	5700
Амортизація	2515	881	1008
Інші операційні витрати	2520	2238	1956
Разом	2550	56251	51766

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.2451998	1.8321448
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.2451998	1.8321448
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Дослідження впливу факторів макросередовища на діяльність ТОВ «Айсберг  
ЛТД»

Група факторів	Фактори	Прояв фактора	Вплив на підприємство	Можлива реакція з боку підприємства
1	2	3	4	5
1. Політичні фактори	1. Рівень правової стабільності	Низький рівень правової стабільності здійснює негативний вплив на господарську діяльність підприємств	Високі ризики негативного впливу на ринок. Умови функціонування підприємства та конкурентної боротьби недостатньо визначено на законодавчому рівні	Невелика можливість середньо- та довготермінового стратегічного планування, врахування мінімальних ризиків
2. Економічні фактори	1. Експортна політика	Експорт продукції	Недостатньо розвинена зовнішня політика, проте покращання ЗЕД з країнами-членами ЄС, погіршення експорту у зв'язку із COVID-19	Можливість експортувати продукцію, збільшити частку ринку
	2. Стан економіки	Недостатньо розвинена економічна система, її повільне зростання	Недостатньо розвинена ринкова інфраструктура	Невелика можливість розвитку підприємства, збільшення виробленої та реалізованої продукції
	3. Стан ринку	На ринку присутні декілька великих виробників	Можливість зайняти певну частку ринку, висока конкурентна боротьба	Підвищення якості продукції, велика кількість споживачів
3. Соціально-культурні фактори	1. Чисельність населення	41,9 млн. осіб на початок 2020 р. [3]	Велика кількість потенційних споживачів	Збільшення частки ринку завдяки великій кількості споживачів та зростанню попиту

2. Рівень освіти	Високий рівень освіти	Вплив на діяльність підприємства через зростання купівельної спроможності населення	Розширення ринків збуту, зростання прибутків
3. Рівень безробіття	Зниження рівня безробіття	Зменшення частки населення з низьким рівнем доходів	Збільшення обсягу продажів, прибутків
4. Рівень життя	Рівень життя є низьким, це зумовлено нерозвинутою системою соцзахисту	Зростання цін на продукцію обмежило можливості споживачів придбати продукцію	Високий попит зумовлює зростання обсягів продажу та отримання високих прибутків



## Продовження Додатку Р

4. Технологічні фактори	Інновації та винаходи	Низька інноваційна здатність економіки	Розробка нових видів обладнання, енергетичних та ресурсозберігаючих технологій	Можливість економії ресурсів та сировини у виробництві, зменшення собівартості
5. Фізичні фактори	1. Екологія	Недосконала система захисту навколишнього середовища	Висуваються високі вимоги до діяльності підприємств стосовно охорони екології	Запровадження нових вимог до виробничого процесу

## Вплив факторів мікросередовища на діяльність ТОВ «Айсберг ЛТД»

Група факторів	Фактори	Прояв фактора	Вплив на підприємство	Можлива реакція з боку підприємства
1. Споживачі	1. Формування попиту на продукцію	Зміна попиту під впливом реклами та характеристик продукції	Величина попиту на пряму визначає обсяги реалізації та виробництва продукції	Збільшення або зменшення реалізованої продукції та прибутку, коригування збутової стратегії
	2. Рівень доходів	Зміна можливості придбання продукції	Вплив на обсяги продажу та величину прибутку	Коригування цінової політики, продаж нових видів продукції
	3. Лояльність до торгової марки	Прихильність до певної торгової марки чи певного виду продукції	Збільшення або зменшення кількості прихильних споживачів	Зміна обсягів виробництва, рекламної кампанії або якості та асортименту продукції
2. Постачальники	1. Ціни постачальників	Вплив на собівартість продукції	Зростання ціни негативно впливає на собівартість продукції	Зростання ціни продукції вимагає зміни постачальників
	2. Дотримання строків поставки	Здійснює вплив на виробничий процес та його ритмічність	Недотримання строків поставки може призвести до переривання виробничого процесу	Отримання збитків підприємством, пошук альтернативних постачальників
	3. Виконання умов договору постачання	Невиконання умов договору може негативно вплинути на виробничий процес на ціни	Порушення строків та умов договору призведе до фінансових та матеріальних втрат	Формування бази альтернативних постачальників
3. Конкуренти	1. Методи конкурентної боротьби	Добросовісна чи недобросовісна конкуренція, конкурентна змова	Використання методів недобросовісної конкуренції здатне зменшити кількість споживачів, а цінова	Підприємство внаслідок таких дій конкурентів може втратити частину ринку

			змова – залучити споживачів до конкурентів та збільшити частку їх ринку	
2. Ціни та якість продукції	Вплив на споживача та величину частки ринку		Зменшення цін конкурентів та покращання якості здатне зменшити частку ринку підприємства	Коригування цінової політики, запровадження акцій та знижок. Удосконалення якості продукції
3. Частка ринку	Вплив на прибуток підприємства		Зменшення частки ринку призводить до зменшення реалізації продукції та прибутку	Агресивна маркетингова політика, коригування цінової та збутової політики

*Продовження Додатку С*

4. Посередники	1. Вартість посередницьких послуг	Вплив на вартість продукції	Здатність збільшити собівартість та ціну товару	Пошук альтернативних посередників
	2. Охоплення каналів збуту	Обсяги реалізації продукції	Широка мережа збуту здатна збільшувати обсяги реалізації продукції	Пошук інших посередників у разі недосконалої збутової політики
5. Контактні аудиторії	Співробітництво з підприємством	Розповсюдження інформації про продукцію підприємства, співпраця з питань отримання дозволів та ліцензій	Поширення інформації про продукцію підприємства, отримання необхідної документації для виробництва	Налагодження співпраці з усіма контактними аудиторіями

Обсяги та географія експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., тис. грн.

Країни	Роки																								
	31.12.2015					31.12.2016					31.12.2017					31.12.2018					31.12.2019				
	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські холодильні	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські холодильні	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські холодильні	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські холодильні	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські холодильні	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ
Франція	286 7	193 6	741	147 6	7020	304 8	282 9	484	199 6	8357	4519	450 2	714 4	300 9	1273	677 4	442 6	558	344 1	151 99	603 2	401 2	597	266 1	133 02
Німеччина	252 9	189 6	722	145 2	6599	305 5	259 6	396	187 8	7925	4098	400 1	676 2	271 2	1148	563 9	431 0	502	321 2	136 63	541 9	385 6	441	241 8	121 34
Велико- британія	889	621	301	569	2380	141 2	529	352	717	3010	3811	816	426	121 2	6265	322 7	309 6	451	161 1	838 5	388 4	228 1	290	122 2	767 7
Італія	877	689	256	544	2366	141 8	522	331	769	3040	1911	582	232	925	3650	384 4	176 1	755	170 4	806 4	199 2	178 7	212	140 0	539 1

	716	514	202	404	1836	893	647	156	536	2233	1433	990	204	785	3414	194	135	226	996	453	173	119	154	770	385
Разом	2	2	0	1	5	3	6	3	0	2	9	1	8	3	1	84	93	6	8	11	27	36	0	1	04

## Географія експортної діяльності ТОВ «Айсберг ЛТД» у 2015-2019 рр., %

Країни	Роки																								
	31.12.2015					31.12.2016					31.12.2017					31.12.2018					31.12.2019				
	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ	Холодильні вітрини вертикальні	Холодильні вітрини горизонтальні	Прилавки кондитерські	Лінії роздачі готових страв та ін.	РАЗОМ
Франція	40,1	37,7	36,7	36,5	38,2	4,1	43,6	31	37,2	37,4	31,5	45,5	34,9	38,3	37,3	34,8	32,6	24,6	34,5	33,5	34,8	33,6	38,8	34,6	34,5
Німеччина	35,3	36,9	35,7	35,9	35,9	34,2	40,1	25,3	35,1	35,5	28,6	40,4	33	34,5	33,6	28,9	31,7	22,2	32,2	30,2	31,3	32,3	28,6	31,4	31,5
Великобританія	12,4	12,1	14,9	14,1	13	15,8	8,2	22,5	13,4	13,5	26,6	8,2	20,8	15,4	18,4	16,6	22,8	19,9	16,2	18,5	22,4	19,1	18,8	15,9	19,9
Італія	12,2	13,3	12,7	13,5	12,9	15,9	8,1	21,2	14,3	13,6	13,3	5,9	11,3	11,8	10,7	19,7	12,9	33,3	17,1	17,8	11,5	15	13,8	18,1	14,1

## Основні фактори, що впливають на вибір країни

Фільтри	Фактори	Країни		
		Німеччина	Австрія	Польща
1	2	3	4	5
1 «Визначення загального потенціалу ринку»	фактори політичного сприяння	відсутність рамкового договору між Німеччиною та Україною	покращання зовнішньоторговельних відносин з Україною	стійкі зовнішньоторговельні відносини
	соціально-економічна ситуація	реcesія, покращання ситуації у 2019 р. не відбулось (у 2018 р. ВВП зменшився на 38,26%)	повільне економічне зростання (зростання ВВП у 2018 р. – 7,60%)	економічне зростання (у 2018 р. величина ВВП зросла на 4,29%)
	географічне положення	1745 км	1644 км	1193 км
2 «Вивчення потенційних ринків»	тенденції розвитку товарного ринку	зростання у 2017 р. на 3,57% величини валової доданої вартості	зростання ВДВ склало 3,89%	6,23%
	культурне сприйняття продукту	позитивне, перехід населення на українське холодильне обладнання	існують державні програми сприяння закупівлі української продукції	зростання вартості сировини зумовило перехід на обладнання українського виробництва
	розвиненість ринку	високий рівень розвитку	середній рівень розвитку	середній рівень розвитку
	податки і збори	19 та 7% (стандартна та пільгова ставка)	20 та 10 або 12%	23% та 8,5 або%
3 «Дослідження умов бізнесу»	наявність та напруженість конкуренції	висока	х	середня, ближче до низької

оптимальні методи виходу на ринок	експорт	х	експорт
достовірність інформації	високий рівень	х	високий рівень
перспективи продаж	ризик високої конкуренції вітчизняних виробників через вищу якість їх продукції та схильність підтримувати вітчизняного виробника	х	високі, обумовлено незначною кількістю польських виробників на ринку та високими цінами зарубіжних виробників



## Продовження Додатку X

1	2	3	4	5
3 «Дослідження умов бізнесу»	цінова політика входження та поведінки	низькі ціни	x	середні ціни з подальшим збільшенням, адже порівняно з іншими виробниками вони будуть конкурентоспроможними
	концепція продукту	«низькі ціни»	x	«висока якість»
4 «Дослідження цільових аудиторій»	можливості стереотипізації ринків та сегментів	схильність до продукції вітчизняного виробництва, які відповідає вимогам ЄС щодо зменшення шкідливого впливу на оточуюче середовище	x	купівля якісної продукції, проте важливу роль відіграє ціна
	специфіка маркетингових функцій	акцент на якості та безпечності	x	ефективна цінова політика
	міжнародний потенціал компанії	низький	x	середній з перспективою зростання

Джерело: сформовано автором за даними [1; 29; 37]

Стратегічний план маркетингового стимулювання збуту холодильного обладнання ТОВ «Айсберг ЛТД» на польському ринку

Цілі, пов'язані з учасниками каналів збуту	- забезпечення збуту та розподілу холодильного обладнання по спеціалізованих магазинах, адже найбільше споживачів купують його саме там; - збільшення зацікавленості дистриб'юторів (знижки, подарунки); - демонстрація переваг холодильного обладнання (виставки, презентації).	
Цілі, пов'язані зі споживачами	- забезпечення пробної або повторної покупки; - підвищення іміджу компанії.	
1	2	
<i>Вибір засобів стимулювання збуту</i>		
Пробні зразки	Пропозиція демонстрації та можливості пробного користування може здійснюватись на спеціалізованих виставках	Здійснювати семплінг холодильного обладнання у спеціалізованих магазинах
Грошові компенсації (знижки)	Цінові знижки, реалізовані після здійснення покупки	При умові покупки оптовим покупцем великої кількості холодильного обладнання надається знижка у 5-15%
Подарунки (премії)	Додаткові послуги, які пропонуються безкоштовно як доповнення до замовлення (доставка, встановлення, обслуговування, ремонт)	Після реалізації певної кількості холодильного обладнання дистриб'ютори отримують сувеніри
Демонстрація в місцях продажу	Оформлення вітрин торгових точок (спеціалізованих магазинів)	Виготовлення плакатів, кульок, пакетів з назвою компанії та її обладнання
Промоакції	Проведення акцій з метою збільшення обороту, частки ринку, прибутку, обізнаності та впізнаваності холодильного обладнання споживачами і стимулювання продажів. Збільшення споживання продукції, переключення споживачів з конкуруючого товару	За умови покупки можна отримати подарунок (додаткові безкоштовні послуги, збільшення знижок на наступні покупки тощо)

<i>Загальний план стимулювання збуту</i>	
Рівень стимулювання	Необхідно максимально стимулювати спеціалізовані магазини. Якщо вони будуть максимально зацікавлені у продукції, то їм будуть брати на реалізацію і дистриб'ютори
Спрямованість	Програма стимулювання збуту спрямована на зацікавлення оптових та роздрібних підприємств на закупівлю (консигнацію) більшої кількості продукції
Тривалість стимулювання	На період насичення спеціалізованих магазинів продукцією, плюс додатково декілька місяців (інтенсивність стимулювання повинна бути знижена)
Способи розповсюдження інформації	Цільова розсилка, публікації у спеціалізованих виданнях, POS-матеріали

*Продовження Додатку Ц*

Засоби формування попиту	Ефективна робота з консультантами та експертами, інформування споживачів про переваги холодильного обладнання компанії через засоби маркетингових комунікацій, промоакції
Координація плану з іншими елементами просування	Усі позиції холодильного обладнання повинні бути в наявності на складі. Потрібно наситити максимальну кількість спеціалізованих магазинів продукцією компанії
Оцінка успіхів та невдач	Стежити за рівнем продажів, часткою ринку, прибутком. Аналізувати їх зростання чи зниження