Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Оцінка ефективності експортної діяльності

ТОВ «Ескадо-МС»

Студентки 2 курсу,
3м групи,
Спеціальності
073 «Менеджмент»
спеціалізації
«Менеджмент
зовнішньоекономічної
діяльності» Сидорчук Марії Андріївни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
доцент П’янкова Оксана Василівна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук,
доцент Сєрова Людмила Петрівна

Київ 2021

SCIENTIA
DIFFICILIS SED
FRUCTUOSA

Анотація

Сидорчук М.А.

«Оцінка ефективності експортної діяльності ТОВ «Ескадо-МС»»
Менеджмент ЗЕД,
КНТЕУ, м. Київ 2021рік

У випускній кваліфікаційній роботі Сидорчук М.А. актуалізовано висвітлено проблему здійснення експортних поставок меблів до Великої Британії та Польщі на прикладі діяльності ТОВ «Ескадо-МС». Досліджено діяльність суб'єкта ЗЕД ТОВ «Ескадо-МС», проаналізовано показники виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, проведено оцінку ефективності експортної діяльності, запропоновано шляхи підвищення ефективності та рентабельності експортних операцій на підприємстві.

Ключові слова: суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, експорт, ефективність експорту

Summary

In the final qualifying work the author, Sydorchuk M.A., highlighted and actualized a problem of furniture export deliveries to the Great Britain and Poland. The study was actualized on the example of Escado-MS LLC economic activity.

Scientific work displays the activity of the subject of FEA - Escado-MS LLC, author conducted an assessment of the financial conditions of the enterprise. Furthermore, in the final qualifying work the efficiency of export activity has been estimated and ways of improvement of the effectiveness and profitability of export operations of the enterprise has been offered.

Key words: subject of foreign economic activity, export, export efficiency

РЕФЕРАТ

ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему:

«ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕСКАДО-МС»»

студентки Сидорчук Марії Андріївни

Випускна кваліфікаційна робота представлена вступом, двома розділами, висновками, пропозиціями, списком використаних джерел з 45 найменувань, додатками. Загальний обсяг роботи становить 65 сторінок, робота містить 16 таблиць, 5 рисунків.

Актуальність теми. У вимірі міжнародного економічного простору і досягнутого рівня міжнародного поділу праці одним з головних чинників успішного розвитку національної економіки виступає ступінь участі в міжнародному обміні, що обумовлює необхідність активної участі підприємств у зовнішньоторговельних процесах.

Експорт дає можливість підприємству масштабувати бізнес та диверсифікувати продажі шляхом пошуку альтернативних ринків збуту. Експорт промислової продукції набуває все більшого значення, стає одним з пріоритетів національної політики і діяльності підприємства. Експорт продукції українських підприємств розвивається активними темпами, збільшується число підприємств, орієнтованих на експорт своєї продукції, розширюється номенклатура експорту, зростають обсяги експортних поставок. Питання пошуку альтернативних ринків особливо набрало актуальності, коли Україна втратила ринок РФ у 2014-2015 роках та зіштовхнулась із забороною транзиту товарів у країни СНД та Азії. Ймовірно, що після кризи, пов’язаної з поширенням COVID-19, ситуація з пошуком нових ринків збуту буде повторюватися.

Світова криза, яка відчутно зачепила і вітчизняний лісовий сектор, різко позначивши ризики і гостро поставивши питання його конкурентоспроможності. «Традиційні» переваги України: наявність якісного

лісового ресурсу, дешева кваліфікована робоча сила та ін., стають все більш економічно недоступними, а нові переваги ще чітко не проявилися.

Отже, всі окреслені проблемні моменти надають особливої актуальності теми дослідження.

Об'єктом дослідження є процес оцінки ефективності експортної діяльності суб'єкта господарювання.

Предметом дослідження є прикладні аспекти проведення оцінки експортних операцій меблевого підприємства.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка пропозицій щодо покращення оцінки ефективності експортної діяльності суб'єкта ЗЕД.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання:**

- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС»;

- проаналізувати організацію та особливості процесу здійснення експортних операцій на підприємстві;

- дослідити ефективність здійснення експортних операцій на підприємстві;

- визначити напрями удосконалення операцій з експорту;

- розробити комплекс заходів щодо експорту меблів;

- спрогнозувати оцінку ефективності та вплив запропонованих заходів на результати діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС».

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету і завдання дослідження, його об'єкт і предмет, практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі охарактеризовано фінансово-економічну діяльність ТОВ «Ескадо-МС», досліджено ефективність здійснення експортних операцій підприємством., проаналізовано організацію та особливості процесу здійснення експортних операцій.

В другому розділі представлено результати дослідження напрямів удосконалення операцій з експорту, аргументовано необхідність

впровадження запропонованих заходів, розраховано прогнозну оцінку ефективності та вплив заходів на результати діяльності ТОВ «Ескадо-МС», наведено прогноз фінансових результатів після впровадження запропонованих заходів.

Рік виконання випускної кваліфікаційної роботи – 2021 рік.

ЗМІСТ

ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕСКАДО-МС» 10
1.1 Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» 10
1.2 Аналіз організації та особливостей процесу здійснення експортних операцій ТОВ «ЕСКАДО-МС» 18
1.3 Дослідження ефективності здійснення експортних операцій ТОВ «ЕСКАДО-МС» 35
Висновки до розділу 1 42
РОЗДІЛ 2. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ ТОВ «ЕСКАДО-МС» 45
2.1 Напрями удосконалення операцій з експорту ТОВ «ЕСКАДО-МС» 45
2.2 Розробка комплексу заходів щодо експорту товарів ТОВ «ЕСКАДО-МС» 54
2.3 Прогнозна оцінка ефективності та вплив запропонованих заходів на результати діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» 61
Висновки до розділу 2 65
ВИСНОВКИ 68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 73

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах глобалізації міжнародного економічного простору і досягнутого рівня міжнародного поділу праці одним з головних чинників успішного розвитку національної економіки держави виступає ступінь його участі в міжнародному обміні промислової і, в тому числі, інноваційної продукції, що зумовлює необхідність активної участі підприємств у зовнішньоторговельних процесах.

Участь в міжнародному розподілі праці дозволяє підприємствам досягати поставлені економічні цілі при менших витратах виробничих ресурсів. Міжнародний обмін товарами (послугами) може бути вигідний усім учасникам зовнішніх економічних зв'язків за умови правильного оформлення структури експорту та імпорту. Експорт дає можливість підприємству масштабувати бізнес та диверсифікувати продажі шляхом пошуку альтернативних ринків збуту.

Експорт промислової продукції набуває все більшого значення, стає одним з пріоритетів національної політики і діяльності підприємства. Експорт продукції українських підприємств розвивається активними темпами, збільшується число підприємств, орієнтованих на експорт своєї продукції, розширюється номенклатура експорту, зростають обсяги експортних поставок. Питання пошуку альтернативних ринків особливо набрало актуальності, коли Україна втратила ринок РФ у 2014-2015 роках та зіштовхнулась із забороною транзиту товарів у країни СНД та Азії. Ймовірно, що після кризи, пов’язаної з поширенням COVID-19, ситуація з пошуком нових ринків збуту буде повторюватися.

Світова криза, яка відчутно зачепила і вітчизняний лісовий сектор, різко позначивши ризики і гостро поставивши питання його конкурентоспроможності. «Традиційні» переваги України: наявність якісного лісового ресурсу, дешева кваліфікована робоча сила та ін., стають все більш економічно недоступними, а нові переваги ще чітко не проявилися.

Отже, всі окреслені проблемні моменти надають особливої актуальності теми дослідження.

Об'єктом дослідження є процес оцінки ефективності експортної діяльності суб'єкта господарювання.

Предметом дослідження є прикладні аспекти проведення оцінки експортних операцій меблевого підприємства.

Метою роботи є розробка пропозицій щодо покращення оцінки ефективності експортної діяльності суб'єкта ЗЕД.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання:**

- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС»;

- проаналізувати організацію та особливості процесу здійснення експортних операцій на підприємстві;

- дослідити ефективність здійснення експортних операцій на підприємстві;

- визначити напрями удосконалення операцій з експорту;

- розробити комплекс заходів щодо експорту меблів;

- спрогнозувати оцінку ефективності та вплив запропонованих заходів на результати діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС».

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що положення, доведені до рівня конкретних рекомендацій, дозволяють підвищити ефективність експортної діяльності меблевого виробництва.

Проведений аналіз, теоретичні узагальнення, висновки і пропозиції можуть бути використані державними органами влади, науково-дослідними організаціями, навчальними закладами та підприємствами, що займаються проблемами підвищення ефективності експортної діяльності меблевих підприємств, а також при розробці та прийнятті державних нормативно-правових актів.

В процесі дослідження використані **методи** системного і факторного аналізу, синтезу, конкретизації, економіко-технічних розрахунків,

зіставлення, традиційні способи та засоби економічного аналізу (табличного, порівняння, групування, графічний).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі, нормативно-методичні, монографічні, статистичні, довідкові та практичні матеріали, вхідна і вихідна, розрахункова та документація, інструкції, положення, аналітичні записки, настанова з якості, дані операційних процедур.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Основний зміст викладено на 68 сторінках машинописного тексту. Робота включає також 22 таблиці, 9 рисунків і список використаної літератури з 52 найменувань.

РОЗДІЛ 1
ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕСКАДО-МС»

1.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС»

ТОВ «ЕСКАДО-МС» засновано в 2007 році. ТОВ «ЕСКАДО-МС» – меблеве підприємство, що виготовляє меблі з березової та букової сировини. ТОВ «ЕСКАДО-МС» здійснює глибоку переробку деревини завдяки наявності завершеного циклу виробництва, що включає увесь процес від закупівлі деревини до збуту готової продукції. ТОВ «ЕСКАДО-МС» співпрацює з «Мопан Хом Дизайн» (Ірландія). За зарубіжним партнером закріплені функції надання сервісу щодо маркетингових досліджень, проектування продукції, збуту продукції до кінцевих споживачів, надання фінансових позик, інвестування в модернізацію та розвиток меблевого виробництва [38].

Переваги продукції ТОВ «ЕСКАДО-МС»:

- висока ударостійкість;
- стійкість до подряпин і пошкоджень;
- екологічність матеріалів;
- вишуканий дизайн;
- безмежні можливості художнього матування і фотодруку;
- краще співвідношення ціна / якість всіх видів товару.

Бізнес-політика ТОВ «ЕСКАДО-МС» виражається через: місію, мету та завдання організації. Відповідно місією є покращення рівня життя населення, метою - зробити оселі покупців кращим місцем для проживання, завданням – виготовляти меблі відповідної якості та дизайну, з найменшими затратами.

При виготовленні корпусних, офісних, кухонних меблів, меблів для закладів освіти, охорони здоров'я та інших видів меблевої продукції на ТОВ «ЕСКАДО-МС» використовують ламіновану ДСП.

Організаційна структура всього концерну ТОВ «ЕСКАДО-МС» затверджується генеральним директором; структура підприємства концерну –

функціональним директором, а структура підрозділу – відповідним начальником (рис. 2.2.).

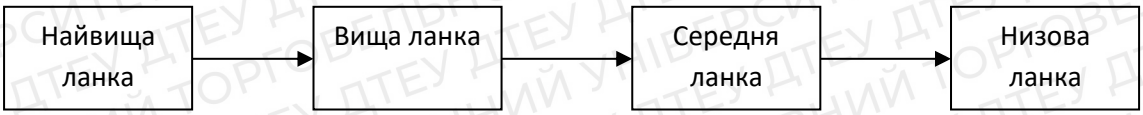

Рис. 1.1. Схема організаційної структури керівництва на ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Джерело: складено за даними ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Фінансовий стан підприємства характеризує розміщення і використання коштів підприємства. Воно обумовлено ступенем виконання фінансового плану і мірою поповнення власних коштів за рахунок прибутку та інших джерел, а також швидкістю обороту оборотних коштів. Фінансовий результат (прибуток або збиток) є найголовнішим показником діяльності підприємства за звітний період. Фінансовий результат являє собою приріст (або зменшення) вартості власного капіталу організації, що утворився в процесі її підприємницької діяльності за звітний період.

Оскільки виконання фінансового плану в основному залежить від результатів діяльності підприємства, то фінансовий стан, обумовлений всією сукупністю господарських факторів, є найбільш узагальнюючими показниками [12].

З метою формування загального уявлення та загальних тенденцій розвитку підприємства, оцінка відхилень фінансового стану підприємства здійснена за попередні п’ять календарних років (див. таблиці 1.1. та 1.2.).

Таблиця 1.1

Динаміка основних показників, що визначають фінансово-господарський стан ТОВ «ЕСКАДО-МС» за 2016-2020 рр., тис грн.

Показник	Період					Відхилення (абсолютне)			
	2016	2017	2018	2019	2020	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	348555	193724	454022	720883	704382	-154831	260298	266861	-16501
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	165271	52961	239701	558326	568800	-112310	186740	318625	10474
Валовий: прибуток	183284	140763	214321	162557	135582	-42521	73558	-51764	-26975
Інші операційні доходи	30587	6841	37510	235543	202995	-23746	30669	198033	-32548
Адміністративні витрати	30337	29917	73187	36993	35131	-420	43270	-36194	-1862
Витрати на збут	75819	61335	75711	71287	98201	-14484	14376	-4424	26914
Інші операційні витрати	19094	16925	24413	199785	118616	-2169	7488	175372	-81169
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	88621	39427	78520	90035	86629	-49194	39093	11515	-3406
Інші фінансові доходи	0	1260	13813	12	0	1260	12553	-13801	-12
Інші доходи	0	3339	3783	213089	69699	3339	444	209306	-143390
Інші витрати	0	6060	153263	346844	119683	6060	147203	193581	-227161
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	49071	2505	-93137	194070	71665	-46566	-95642	287207	-122405
Витрати (дохід) з податку на прибуток	3254	755	40455	-99	0	-2499	39700	-40554	99
Чистий фінансовий результат: прибуток	45817	1750	-52682	194169	71665	-44067	-54432	246851	-122504

Джерело: складено автором за даними ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Таблиця 1.2

Динаміка обсягів активів ТОВ «Ескадо-МС», 2016-2020 рр., тис грн.

Показник	Період					Відхилення (абсолютне)			
	2016	2017	2018	2019	2020	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020
Нематеріальні активи:	616	625	655	1747	1054	9	30	1092	-693
Основні засоби:	97940	95859	94759	88590	85108	-2081	-1100	-6169	-3482
Необоротні активи	204145	203314	238167	452250	529455	-831	34853	214083	77205
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари роботи, послуги	24928	1593	6196	4615	2812	-23335	4603	-1581	-1803
Дебіторська заборгованість за бюджетом	0	628	850	25871	3857	628	222	25021	-22014
Інша поточна дебіторська заборгованість	1952	2428	755	12135	11886	476	-1673	11380	-249
Гроші та їх еквіваленти	463	1700	1712	2521	284	1237	12	809	-2237
Витрати майбутніх періодів	42	400	1588	1389	246	358	1188	-199	-1143
Оборотні активи	581767	546422	759055	1393267	1561211	-35345	212633	634212	167944

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Згідно з показниками діяльності, представленими в таблицях, період з 2016 по 2020 роки характеризується задовільним фінансово-господарським станом, оскільки підприємство є прибутковим та у річній фінансовій звітності спостерігається зростання більшості показників активів (табл. 1.2).

Станом на 31.12.2020р. чистий дохід ТОВ «Ескадо-МС» зменшився на 16501 тис. грн у порівнянні з 2019 роком, однак у 2019 році підприємство зробило великий крок та збільшило обсяги чистого фінансового результату на 266861 тис. грн. Не значно за останній рік зросла лише собівартість продукції та вагомо зросли витрати на збут 25 млн. грн.

Аналізуючи фінансову звітність на початок та кінець аналізованого періоду, можна побачити, що ТОВ «Ескадо-МС» станом на 31.12.2019 досягло зниження суми загальної дебіторської заборгованості та нарощує свої оборотні та необоротні активи. Однак, існує проблема зменшення обсягу основних засобів, це пов’язано зі зношенням обладнання.

Для більш детального аналізу розрахуємо показники ліквідності та рентабельності для ТОВ «Ескадо-МС» (табл. 1.3).

Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності) дає загальну оцінку платоспроможності підприємства. Він визначається співвідношенням усіх оборотних активів та короткострокових зобов’язань. Його економічний зміст полягає в наступному: скільки гривень оборотних активів припадає на 1 гривню поточної кредиторської заборгованості. Якщо поточні активи перевищують за величиною поточні зобов’язання, підприємство може розглядатися як таке, що успішно функціонує, граничне значення – 1. У період з 2016 по 2020 роки значення коефіцієнта покриття зменшується, але залишається вище граничного. Критичного показника за аналізований період, підприємство досягло у 2019р. Однак на кінець 2020р. можемо спостерігати збільшення даного коефіцієнту, що свідчить, про те, що підприємство починає стабілізувати свої позиції.

Таблиця 1.3

Показники ліквідності та рентабельності ТОВ «Ескадо-МС», 2016-2020 рр., тис грн.

Показник	Розрахунок	Період					Відхилення (абсолютне)			
		2016	2017	2018	2019	2020	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020
Коефіцієнт загальної ліквідності	Відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства	2,37	2,33	1,67	1,26	1,51	-0,04	-0,66	-0,41	0,25
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Відношення найбільш ліквідних оборотних засобів до поточних зобов'язань підприємства	1,14	0,57	0,53	0,66	0,86	-0,57	-0,04	0,13	0,2
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Відношення грошових засобів до поточних зобов'язань	0,002	0,007	0,004	0,002	0,0003	0,005	-0,003	-0,002	-0,0017
Рентабельність понесених витрат, %	Співвідношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції	111	266	89	29	23	155	-177	-60	-6
Коефіцієнт прибутку на власний капітал	Відношення чистого фінансового прибутку до суми власного капіталу	0,005	0,005	0	0,49	0,14	0	-0,005	0,49	-0,35
Рентабельність сукупного капіталу, %	Відношення чистого прибутку до середньої вартості активів	0,002	0,002	0	0,14	0,04	0	-0,002	0,14	-0,1
Рентабельність продажів (маржа прибутку), %	Співвідношення прибутку від операційної діяльності до чистого доходу від реалізованої продукції	25	20	17	12	12	-5	-3	-5	0

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Коефіцієнт швидкої (критичної) ліквідності показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості, які порівнюються з поточними зобов'язаннями. Цей коефіцієнт допомагає оцінити, на скільки можливо буде погасити поточні зобов'язання, якщо стан підприємства стане дійсно критичним, припускаючи, що товарно-матеріальні запаси взагалі не мають ніякої ліквідної вартості. Нормативне значення цього показника 0,6-0,8. Згідно з розрахунками поданими в таблиці 1.3 коефіцієнт швидкої ліквідності протягом періоду коливається від 1,14 у 2016 році до 0,86 у 2020. Критичного значення коефіцієнт досяг у 2018р і становив 0,53, після чого почав відновлювати свої позиції. Отже, на одну гривню поточної заборгованості на сьогодні ТОВ «Ескадо-МС» має 0,86 гривні ліквідних активів, що свідчить про спроможність підприємства погасити частину поточних зобов'язань.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності є найбільш жорстким критерієм платоспроможності, який показує негайну готовність підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість і визначається як відношення суми грошових коштів та короткострокових фінансових вкладень до суми поточних зобов'язань. Рекомендована нижня межа цього показника – 0,2. Протягом всього аналізованого періоду коефіцієнт абсолютної ліквідності в середньому становить 0,00306, що вказує на повну неготовність ТОВ «Ескадо-МС» негайно погасити короткострокову заборгованість.

Прибутковість підприємства оцінюється наявністю і розміром прибутку від основної реалізації та чистого прибутку (абсолютні показники), а також показниками рентабельності (відносними показниками). Рентабельність являє собою прибутковість виробничого процесу.

У ході аналізу прибутковості підприємства розглядається структура формування прибутку, з метою оцінки впливу тих чи інших факторів на її формування.

Власний капітал ТОВ «Ескадо-МС» (частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань) протягом аналізованого періоду не є основним джерелом для отримання прибутку, підприємство також отримує фінансовий прибуток завдяки позиковому капіталу. Нульовий показник у 2018р. пов’язаний з тим, що підприємство не отримало фінансових прибутків, а збиток склав 52682 тис. грн.

Для аналізу прибутковості підприємства та його діяльності здійснено аналіз рентабельності сукупного капіталу, що розраховується як відношення величини чистого прибутку до вартості всіх активів підприємства.

Із проаналізованих даних видно, що в 2019 р. показник рентабельності продукції максимально зріс до показника 0, 14, а в 2020 різко зменшився на 0,1. Значення показника вказує на низьку ефективність господарської діяльності ТОВ «Ескадо-МС».

Наступним показником є рентабельність продажів, яка характеризує вигідність продажів товару, що випускається або реалізується підприємством. В економічному значенні показник відображає суму прибутку з однієї гривні продажів. З аналізу звітності ТОВ «Ескадо-МС» можна побачити негативну динаміку цього показника, що свідчить про поступове зниження прибутковості. Такі зміни можуть бути спричинені ростом витрат на виготовлення (собівартості) та витрат на продажі.

Отже, за результатами проведеного аналізу ліквідності та рентабельності можна зробити наступні висновки:

- Збільшення оборотних активів призвело до значного зниження загальної ліквідності, тобто збільшення товарних запасів є непропорційним зростанню обсягів реалізації готової продукції.
- У 2018 році швидка ліквідність знизилася до 0,53, що свідчить про збільшення дебіторської заборгованості підприємства, що призвело до неможливості вчасно розрахуватися з постачальниками за отримані послуги. Однак, цей показник зріс у 2016-2020 роках.

- Коефіцієнт абсолютної ліквідності є низьким, що свідчить про те, що на балансі підприємства дефіцит вільних коштів, і підприємство продовжує вкладати кошти у розрахунки з підрядниками та закупівлю виробничих матеріалів.

- Позичковий капітал, станом на 2020 рік, становить 75% загального капіталу компанії.

- Спостерігається зменшення відсотка рентабельності понесених витрат;

- Рентабельність продажів знизилась вдвічі.

1.2. Аналіз організації та особливостей процесу здійснення експортних операцій ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Основними завданнями зовнішньоторгового відділу ТОВ «ЕСКАДО-МС» є планування, організація і регулювання зовнішньоторговельних угод; збільшення обсягу експорту меблів; підвищення ефективності імпортних закупівель; вивчення кон'юнктури світового ринку меблів ;вивчення діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін; організація після продажного обслуговування за кордоном; вироблення рекламних заходів з метою розширення експорту меблів; забезпечення правового захисту зовнішньоекономічних інтересів підприємства; участь разом з іншими підрозділами в організації транспортування і збереження продукції [22].

Важливою складовою експортної діяльності підприємства є його комерційна діяльність. Комерційна робота ТОВ «ЕСКАДО-МС», як форма організації виробництва та збуту меблів складається із закупівлі матеріальних ресурсів, їх доставки до складу та збереження, а також збуту і доставки до споживача виготовлених меблів. Договірна робота включає документальне оформлення та супроводжування даних операцій.

Важливою складовою витрат підприємства є енергоресурси, які підприємство одержує від держави - монополіста та за монопольно-високими цінами. Це в свою чергу підвищує фактичну собівартість продукції. Закупівля товарів є одним з найважливіших елементів процесу постачання меблів для

ТОВ «ЕСКАДО-МС». Закупівля товарів здійснюється в розмірах, що забезпечують стабільне надходження товарів для виробництва меблевої продукції. На основі потреб підприємство веде пошук постачальників [31].

Проаналізуємо основних постачальників сировини та інших матеріально-технічних ресурсів, що необхідні для безперебійної роботи ТОВ «Ескадо-МС» по виробництву меблевої продукції.

За характером розміщення партнерів по закупівлі ресурсів для виробництва меблевої продукції можна виділити три групи постачальників – місцеві постачальники, що розміщені в с. Фурси, Білоцерківського району, постачальники-посередники, що розміщені в інших областях України, та постачальники-виробники сировини, що є резидентами інших країн (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Динаміка обсягів та структури закупівлі сировини та допоміжних матеріалів в ТОВ «ЕСКАДО-МС» в 2016-2020 рр.

Характер розміщення постачальників	Частка в загальному обсязі закупівлі, %					
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення 2019/2020 р. (+,-)
Місцеві постачальники	13,8	14,1	15,8	22,1	15,0	-7,1
Постачальники-посередники	65,7	65,5	48,7	41,8	45,4	3,6
Постачальники-виробники	20,5	20,4	35,5	36,1	39,6	3,5
Усього закупівель	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Джерело: складено автором на основі даних підприємства про закупівлі

В загальному обсязі закупівлі на 2020 рік у місцевих постачальників було закуплено сировини на 7,1% менше за обсяги закупівлі в 2019 році (22,1% від загального обсягу закупівлі).

Відповідно у постачальників, що розміщені в Україні, та є посередниками, закуплено 45,4% загального обсягу закупівель. Цей показник є найбільшим в обсязі закупівель, що свідчить про абсолютну його перевагу над іншими.

У постачальників-виробників сировини ТОВ «Ескадо-МС» в 2020 році закупив продукції на 39,6% загального обсягу закупок. Це на 3,5% більше ніж в 2019 році. Частка закупівлі сировини у постачальників, що є виробниками, в 2020 році становила 39,6 %.

Отже, підприємству можливо зменшити витрати імпорту сировини за умови роботи з постачальниками напряму, без використання посередницьких послуг. Також для підприємства важливо диверсифікувати ризики та забезпечити безперебійні поставки, а значить, структура закупівлі сировини повинна бути без суттєвих переваг якогось з видів [29]. Як ми можемо помітити з проведеного аналізу підприємство успішно впроваджує таку політику з 2018 року, що дозволяє зменшити витрати на виробництво.

Проаналізуємо детальніше обсяги експорту підприємства у розрізі товарної та географічної структур за 2016-2020 рр. У товарній структурі експорту виділено 7 найменувань. Із даних таблиці 1.6. можемо зробити висновок, що підприємство активно нарощує обсяги експорту скляних меблів. З 2016 року експорт цієї категорії товарів збільшився на 13,88%, станом на 2020 рік їх частка становить 52.01%. Другу позицію за величиною питомої ваги у експорті становлять меблі для кухонь, однак їх обсяги з 2016 року збільшились всього на 0,82%. Сукупно ці дві категорії складають 70.25% експорту ТОВ «Ескадо-МС», тобто підприємство займається експортом переважно скляних меблів та меблів для кухонь. Також суттєво скоротилися обсяги експорту дерев'яних меблів для спалень, а саме на 15,43% у порівнянні з 2016 роком.

Найнижчими (до 5%) за 2016-2020 рр. Залишаються обсяги експорту дерев'яних меблів для офісу та дерев'яних меблів для магазинів (табл.1.5).

Таблиця 1.5

Товарна структура експорту ТОВ «Ескадо-МС»

у 2016-2020 рр., %

Назва продукції	2016	2017	2018	2019	2020	Відхилення, 2020/2016
Скляні меблі	38,13	48,22	49,34	59,78	52,01	13,88
Меблі для кухонь	17,42	7,55	9,05	2,58	18,24	0,82
Дерев'яні меблі для спалень	26,56	23,03	22,53	17,97	11,13	-15,43
Меблі для віталень	7,31	12,05	10,19	12,75	8,41	1,10
Меблі для сидіння переважно з металевим каркасом	5,88	4,59	5,16	3,29	7,78	1,90
Дерев'яні меблі для офісу	4,70	3,54	2,51	3,63	2,37	-2,33
Деревя'яні меблі для магазинів	–	1,02	1,22	–	0,06	-0,96
Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	–

Джерело: розраховано автором на основі звітності ТОВ «Ескадо-МС»

За даними підприємства у 2016-2020 рр. експорт товарів ТОВ «Ескадо-МС» здійснювався до 12 країн світу. Географічну структуру експорту представлено у таблиці 1.6.

Аналіз таблиці 1.6 свідчить, що найбільші обсяги поставок у 2020 р. здійснювали до Китаю, Польщі та Литви. Аналізуючи таблицю, можна побачити що об'єми експорту стабільно зростають і географія збуту розширюється. Важливий вплив на це має щорічна участь підприємства в міжнародних виставках та маркетингова діяльність. З 2018 року з'явились такі нові експортери меблів ТОВ «Ескадо-МС», як Бельгія, Італія, Франція та з 2017 року – Узбекистан. Також в 2020 році підприємству вдалось суттєво наростити обсяги експорту до Польщі та налагодити поставки до Литви. Це свідчить про позитивну динаміку розвитку підприємства та розширення географії збуту.

Таблиця 1.6

Географічна структура експорту продукції ТОВ «Ескадо-МС» у 2016-2020 рр., тис. дол США

Країна	2016	2017	2018	2019	2020	Відхилення, 2020/2016
Польща	299,218	337,261	323,423	832,619	1 454,820	622,200
Китай	310,983	338,146	227,152	257,647	441,098	183,451
Литва	139,865	177,684	117,651	289,569	867,294	577,725
Німеччина	101,931	171,899	114,123	158,282	210,901	52,619
Білорусь	137,546	171,899	171,011	34,520	-	(34,520)
Румунія	262,703	147,511	44,034	-	-	-
Австрія	165,273	191,148	16,402	-	-	-
Бельгія	-	-	3,820	48,757	157,140	108,383
Іспанія	34,361.60	42,176	74,853	27,904	48,456	20,552
Італія	-	-	39,819	22,405	81,703	59,297
Франція	-	-	18,705	97,028	-	(97,028)
Узбекистан	-	43,282	15,977	82,251	26,668	(55,583)
Разом	1 451,883	1 621,010	1 166,975	1 850,986	3 388, 083	1 537,097

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Завдяки стабільному розширенню географічної структури експорту та маркетинговим зусиллям, темпи росту доходів підприємства також стабільно ростуть. Що свідчить про гармонійний розвиток та стабільність підприємства на зовнішніх ринках.

Таблиця 1.7

Темпи росту доходу від продажів експортної продукції ТОВ «Ескадо-МС». 2016-2020 рр.

Період	Показник. тис. дол. США	Відхилення, % до попереднього періоду
2016	1 451,883	-
2017	1 621,010	12
2018	1 166,975	-28
2019	1 850,986	59
2020	3 388,083	83

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Ескадо-МС»

Єдиним роком з від'ємним відхиленням темпів росту доходу від продажів експортної продукції є 2018 (див. таблицю 1.7).

Для налагоджених поставок і безперебійної роботи ТОВ «ЕСКАДО-МС» потрібні постачальники капіталу. В Україні потенційними інвесторами є: банки та засновники. ТОВ «ЕСКАДО-МС» користується кредитами банку, які використовуються для розширення торговельних та виробничих можливостей організації. Основним чинником договірної роботи на ТОВ «ЕСКАДО-МС» є ціни на сировину та матеріали (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

Аналіз цін на товари, що закуповуються ТОВ «ЕСКАДО-МС» за 2016-2020 рр.

Закупівельна продукція	Ціна, дол.США					Темп приросту, %
	2016 р	2017 р	2018 р	2019 р	2020 р	
Склотканина марки Е	2,1	2,15	2,2	2,25	2,5	8,9
Склонитка ЕС1080	18,3	18,5	18,50	18,50	18,50	0
Крихта базальтова	180	200	210	225	230	14,0
Глина бентонітова	430	440	450	500	540	22,0

Джерело: Складено автором на основі

Отже, зважаючи на те, що в 2020 році по Україні матеріали подорожчали в середньому на 30%, а ціни ТОВ «ЕСКАДО-МС» зросли на 20-50%, можна відзначити, що підприємству вдається знаходити постачальників необхідних товарів за невисокими цінами.

В зв'язку з особливою специфікою виготовлення стружки у виробництві ДСП рекомендується використовувати відходи в не переробленому вигляді, тобто не у вигляді стружки. Для переробки деревини та відходів на стружку використовують на підприємствах, що спеціалізуються на виготовленні ДСП,

стружкодробильну лінію з обов'язковим дотриманням вимог розмірів стружки, яка буде використовуватись (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Розміри стружки для виготовлення ДСП на ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Конструкція плити	Розмір стружки в мм		
	довжина	ширина	товщина
Зовнішні шари	11-14	2,5-3,5	0,2-0,2,5
Внутрішній шар	25-35	4-9	0,4-0,7

Джерело: Складено автором на основі .

Отже, для забезпечення виготовлення якісної та конкурентоспроможної продукції меблевої промисловості необхідні якісні матеріали, тобто ДСП, виготовлення яких вимагає специфічних умов. Дотримання всіх норм технологічного процесу, використання якісної сировини та відходів для виготовлення ДСП – забезпечує ТОВ «ЕСКАДО-МС» якісний матеріал для виготовлення меблів.

Що ж до другого способу обробки поверхні ДСП – личкування плівками на основі паперу, що просочений полімерами – то його використовують для процесу ламінування, в ході якого верхня та нижня частини плити покриваються меле міновими плівками. Плити набувають широкої гами декору та різних варіантів тиснення [29, с. 74]:

1. SM – гладка поверхня ламінованої ДСП;
2. PE – лимонна шкірка поверхні ламінованої ДСП;
3. SE – структура ясеня поверхні ламінованої ДСП;
4. PR – структура дуба поверхні ламінованої ДСП;
5. BS – поверхні ламінованої ДСП.

Всі плити мають зручний європейський формат 2750х1830 мм, що дозволяє виробникам меблів складати карти розкрою плити і використовувати їх протягом тривалого періоду не змінюючи параметрів та розраховувати найефективніше використання плити з метою мінімізації відходів та

отримання більшої кількості меблевих заготовок. Необхідно відзначити, що імітаційне облагородження поверхні ДСП застосовується не лише в Україні, але і в Європі різними методами (рис. 1.2).

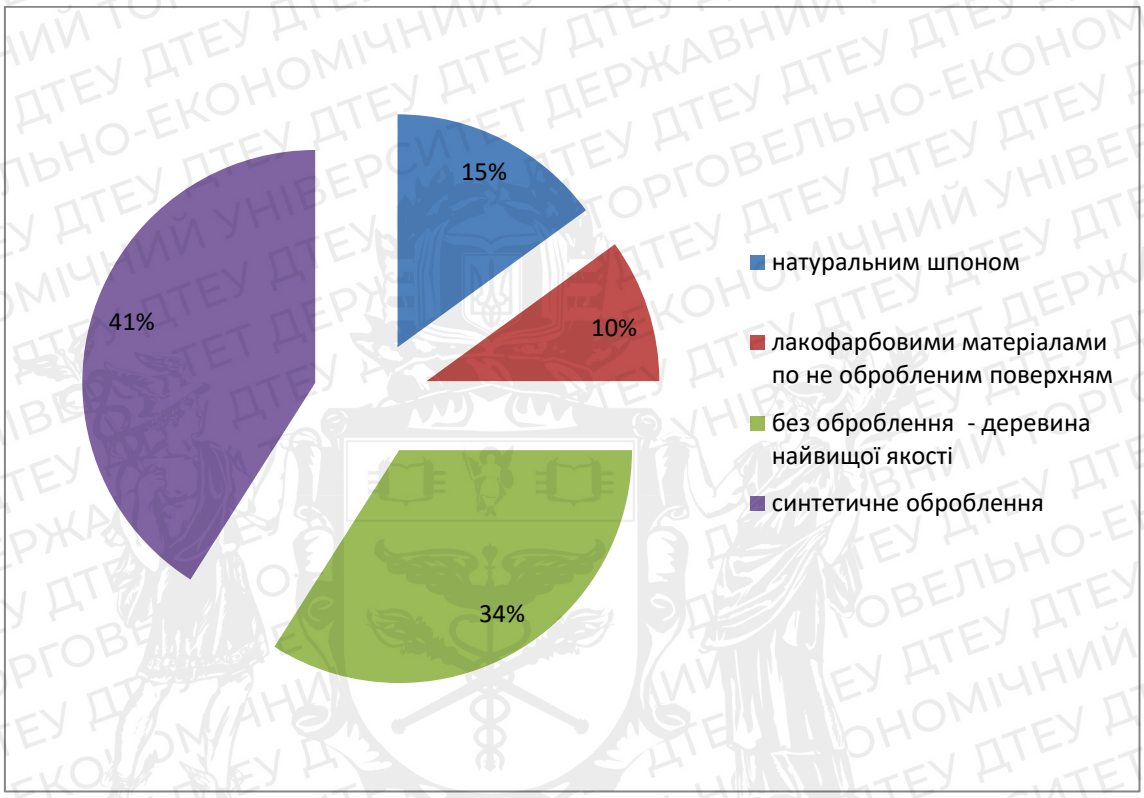

Рис. 1.2. Питома вага меблевих виробів за методом обробки поверхонь

Джерело: складено автором за даними підприємства

Декоративні облагороджувальні плівки масово використовуються у меблевій промисловості, що зумовлено, насамперед, їх високими декоративними і естетичними властивостями. Вони надають виробу якісно нового зовнішнього вигляду, а в поєднанні із якісною, щільною ДСП – забезпечують якість та конкурентоспроможність продукції меблевої промисловості.

Важливим чинником ефективності договірної роботи підприємства виступають також умови постачання товарів підприємству. Згідно заключних договорів, ТОВ «ЕСКАДО-МС» закуповує товари по передоплаті, оплаті за фактом надходження та оплаті з відстрочкою платежу (рис. 1.3).

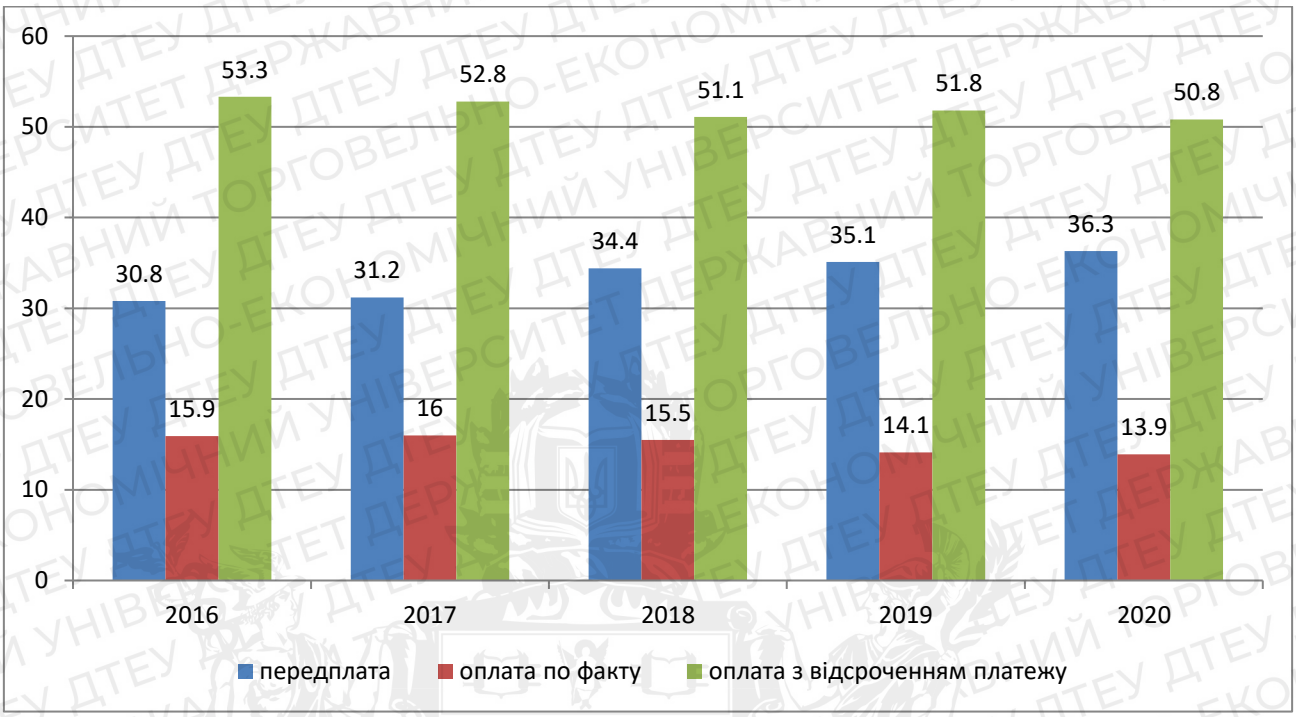

Рис. 1.3. Умови розрахунків при закупівлі товарів на ТОВ «ЕСКАДО-МС» за 2016-2020 р.

Джерело: Складено автором

В 2018 році підприємство закупило 51,1% всіх закуплених товарів по передоплаті, 34,35% по оплаті з відстрочкою платежу строком на 5-10 банківських днів, 15,45% - по факту отримання продукції. Натомість у 2020 році підприємство закупило 36,25% всіх закуплених товарів по передоплаті, 50,75% по оплаті з відстрочкою платежу строком на 3-14 банківських днів, 13,9% - по факту отримання продукції. Тобто, спостерігається збільшення обсягів товарів, що купуються з відстрочкою платежу (на 10,5%), тобто підприємство має більше можливостей по використанню вивільнених оборотних коштів.

Крім того, договори постачання товарів для ТОВ «ЕСКАДО-МС» мають такі особливості, як чітке зазначення строків поставок, якості товарів, відповідальності сторін. Окремим пунктом визначена штрафна санкція за несвоєчасність поставки, за недотримання вимог по якості тощо [33, с. 46].

Як показує проведене дослідження, комерційна робота ТОВ «ЕСКАДО-МС» щодо закупівель товарів базується на принципах сучасного маркетингу. Комерційні працівники добре знають свій економічний район, промисловість, асортимент меблевих виробів та потреби підприємства для виробництва. Підприємство налагодило тісні та міцні зв'язки з постачальниками товарів та посередниками, з якими зручно працювати. Збут та реалізація готової меблевої продукції ТОВ «ЕСКАДО-МС» здійснюється власними силами. В своїй діяльності підприємство орієнтується на промисловість, отже, потребує чіткого ведення договірної роботи з покупцями та споживачами його матеріалів.

Серед споживачів продукції ТОВ «ЕСКАДО-МС» можна виокремити дві групи покупців: постійні покупці (купують продукцію не менше 2 разів на рік) та разові покупці.

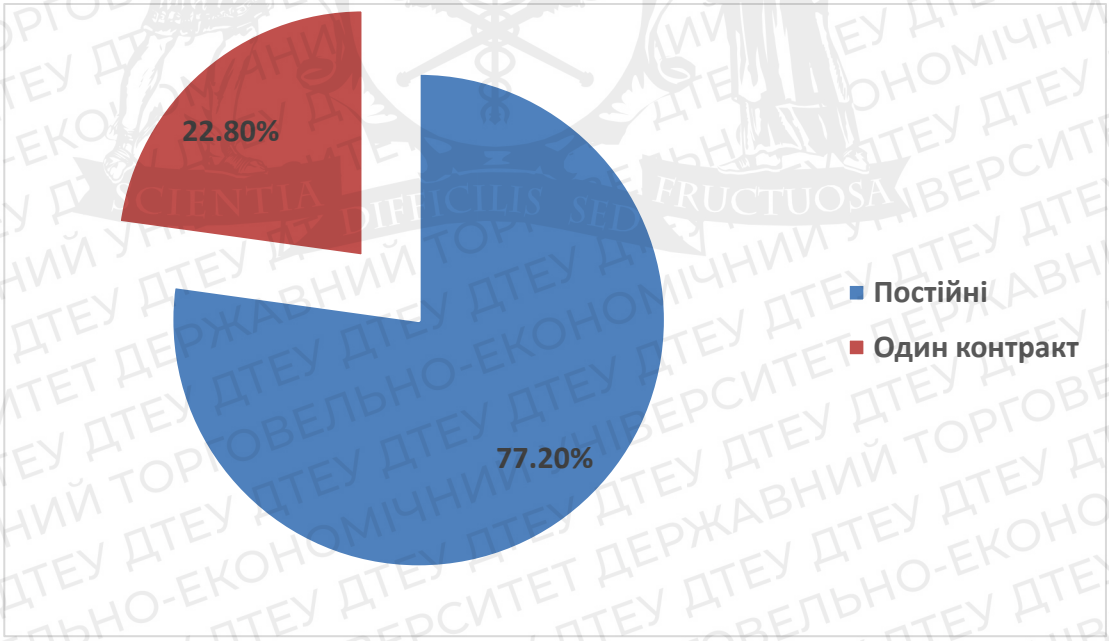

Рис. 1.4. Структура споживачів продукції ТОВ «ЕСКАДО-МС» в 2019 р.
Джерело: Складено автором

В 2019 році підприємством було реалізовано меблевої продукції на загальну суму 720 883 тис. грн. З них на суму 556 521 тис. грн. було реалізовано продукції постійним покупцям, що склало 77,2% від загального

обсягу продажу; на суму 164 362 тис. грн. було продано меблів разовим покупцям (22,8,0%) (рис. 1.4).

Однак в 2020 році підприємство реалізувало продукції на суму 704 382 тис. грн., з них постійним покупцям на суму 567 027 тис. грн. (80,5% загального обсягу реалізації), разовим – на суму 137 355 тис. грн. (19,5% загального обсягу реалізації) (рис. 1.5).

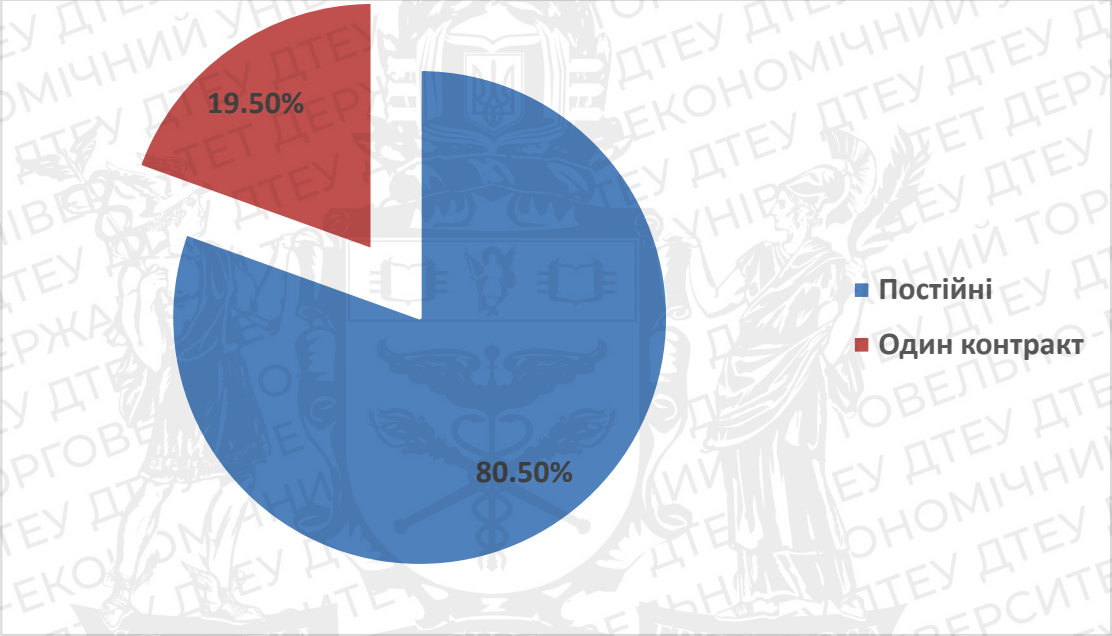

Рис. 1.5. Структура споживачів продукції ТОВ «ЕСКАДО-МС» в 2020 р.

Джерело: Складено автором

Отже, основними покупцями підприємства є постійні споживачі його меблевої продукції та посередники, що працюють в даному сегменті зовнішнього ринку.

Що стосується географічного принципу розміщення, в 2019 році підприємством при обсязі реалізації в 720 883 тис. грн., було реалізовано меблевої продукції підприємствам в Україні – на 651 297.04 тис. грн., продано на експорт згідно даних експортних декларацій, меблів – на суму 69 585.96 тис. грн. В 2020 ж році підприємства областей України закупили продукції на 580 769.84 тис. грн., вивезено на експорт згідно даних експортних декларацій – на суму 123 612.16 тис. грн. (див. таблицю 1.10).

Таблиця 1.10

Загальні обсяги реалізації продукції

ТОВ «ЕСКАДО-МС», тис грн

Показник	Роки				
	2016	2017	2018	2019	2020
Загальні продажі	348,555	193,724	454,022	720,883	704,382
В т.ч. внутрішній ринок	293,972	132,783	410,150	651,2974	577,011
Експорт	54,582	60,940	43,871	69,585	127,371

Джерело: Розраховано автором на основі таблиць 1.1 та 1.7.

З аналізу наведених даних, можемо зробити висновок, що дане підприємство по виробництву меблів в Україні є імпортозаміщуючим і експортоорієнтованим. З результатів аналізу діяльності обсяг реалізації продукції ТОВ «Ескадо-МС» на внутрішньому ринку України зменшився, а український експорт – зріс. Зобразимо наведені дані візуально у вигляді діаграми.

Масштабування присутності на зовнішніх ринках є логісним кроком для ТОВ «Ескадо-МС» у процесі росту підприємства на локальному рику. Іншим мотивуючим фактором для збільшення частки експорту у загальних продажах товариства, безумовно, є криза. У ситуації що склалась на сьогоднішній день, безумовно, важливо диверсифікувати географію збуту та виходити на нові ринки, оскільки переваги, які надає експортна діяльність, значно перевищують можливі ризики [10].

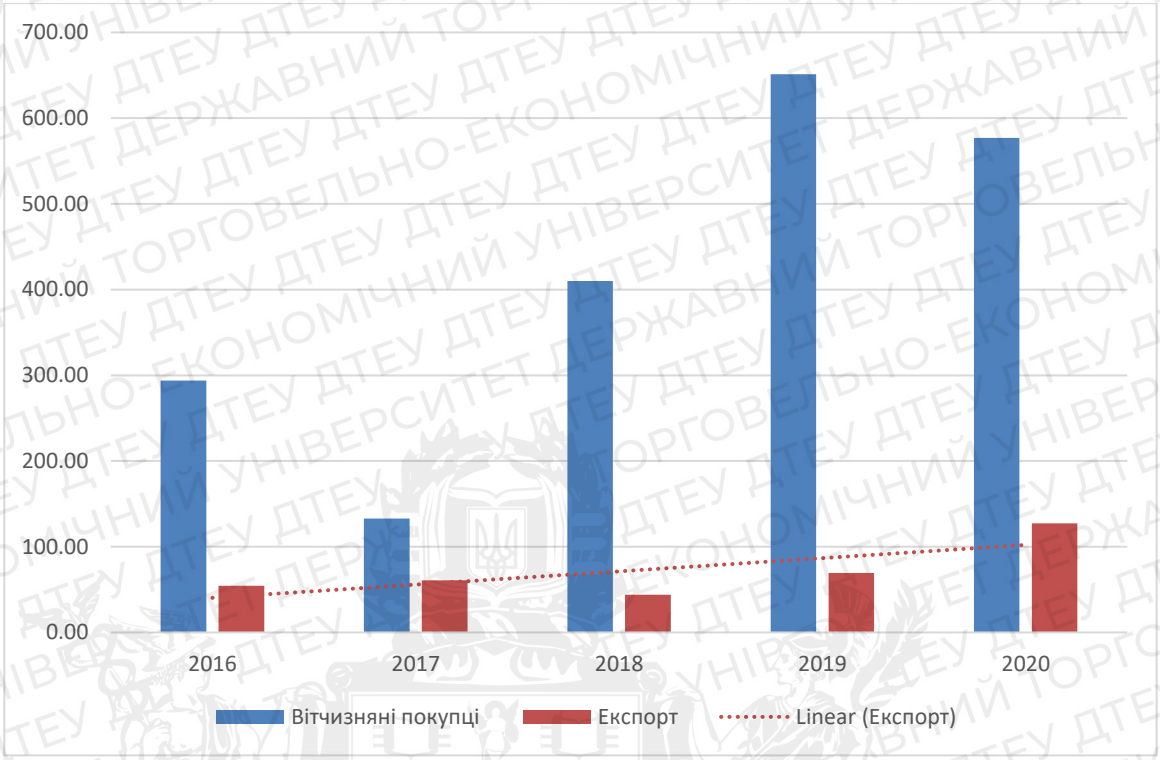

Рис. 1.6. Структура продажів продукції ТОВ «ЕСКАДО-МС» за 2016-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними підприємства

Позитивною динамікою також відзначається обсяг покупців ТОВ «ЕСКАДО-МС» в Україні та за кордоном. На даний момент постійні покупці становлять частку понад 75% загального обсягу реалізації меблів, і це дозволяє підприємству мати постійний збут своєї продукції, і навіть нарощувати показники. В свою чергу, це також пов'язано з тим, що ТОВ «ЕСКАДО-МС» є фірмою в Україні, що має сертифікат відповідності – визнання того, що ТОВ «ЕСКАДО-МС» виробляє якісні меблі. Також сертифікація значно сприяє позитивному іміджу на ринку не тільки України, а і зарубіжних країн.

Отже, розглянемо зведену таблицю структури продажів ТОВ «Ескадо-МС» у відсотковому вираженні до загального обсягу продажів. (див. табл. 1.11).

Таблиця 1.11

Структура продажів ТОВ «ЕСКАДО-МС» в 2016-2020 рр

(у % до заг. обсягу)

Структура закупівель	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення 2020/2019 рр. (+,–)
За умовами закупівель:						
- по передоплаті	30,8	31,2	34,4	35,1	36,3	+1,20
- по факту поставки	15,9	16,0	15,5	14,1	13,9	-0,15
- з відстрочкою платежу	53,3	52,8	51,10	51,80	50,8	-1,05
За періодичністю закупівель:						
- постійні	73,8	74,6	75,1	77,2	80,5	+3,3
- разові	26,7	25,3	24,9	22,8	19,5	-3,3
За місцезнаходженням покупців:						
- вітчизняні покупці	34,8	36,5	38,9	45,3	41,5	-3,8
- іноземні покупці	40,3	42,1	43,9	49,3	55,8	+6,5

Джерело: Розраховано автором

Досягнення бажаного результату в значній мірі залежить від правильно і продумано складених контрактів і договорів на постачання конкретних меблевих виробів. Характерними рисами договірної роботи ТОВ «ЕСКАДО-МС» при постачанні готової меблевої продукції є робота по 100% передоплаті, виконання замовлень «під замовлення». Все це призводить до зростання загальних обсягів реалізації.

На ТОВ «ЕСКАДО-МС» відбулися позитивні зрушення в нарощенні експортного потенціалу. Разом із показником кількості виготовлених комплектів меблів, експорт за останні 5 років зріс більше, ніж у 2 рази.

Основним на сьогодні для ТОВ «ЕСКАДО-МС» має стати підвищення та утвердження авторитету виробника та якості його продукції, яка відповідала б рівню кращих європейських зразків відповідно до вимог сучасного ринку, з тим, щоб скласти достойну конкуренцію експорту на вітчизняному ринку та значно розширити ринки збуту.

Українські вчені-економісти Кредисов Р. та Дерев'янко О. визначили категорію «конкурентоспроможність», як сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів [33].

Основні шляхи підвищення конкурентоспроможності меблевої галузі включають: оновлення технології виробництва; національний захист галузі, скорочення дешевого імпорту; підвищення якості, дизайну, збільшення масштабів.

Якщо компанія хоче відігравати ефективну роль на меблевому ринку, вона повинна продовжувати розвиватися і прагнути до досконалості у всьому. Очевидно, що конкурентоспроможність є результатом діяльності в усіх сферах виробництва та обслуговування в усіх підрозділах підприємства.

Підтримка високої конкурентоспроможності підприємства означає ефективне використання всіх його ресурсів, отримання більших прибутків, стійке положення на ринку товарів і послуг, зростання попиту на його продукцію.

В таблиці 1.12 відображені загальні результати перевірки рівня цін на офіційних сайтах Українських та зарубіжних компаній з метою в загальному визначити рівень конкурентоспроможності ТОВ «Ескадо-МС» за ціновою складовою.

Таблиця 1.12

Рівень середніх цін підприємств-конкурентів на позицію стіл журнальний

Виробник	Грн./комплект
Конкурент (Вітчизняне виробництво)	3500-4500
Румунія (Імпорт)	2500-4000
Німеччина (Імпорт)	4000-8000
Італія (Імпорт)	8000-12000
Вартість на підприємстві	3500

Джерело: Розраховано автором на основі моніторингу цін іноземних конкурентів.

Аналізуючи ціни підприємств-конкурентів як резидентів, так і нерезидентів, можемо зазначити, що ТОВ «Ескадо-МС» займає конкурентну позицію та має досить низький рівень цін. Не зважаючи на таке, підприємство залишається прибутковим, що свідчить про продуманий менеджмент та своєчасний моніторинг конкурентного середовища.

Таблиця 1.13

Динаміка місткості ринку меблів України в 2016-2020 рр.

Показник	Роки				
	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяг реалізованих меблів, млн грн	9281,1	10801,9	14162,9	16647,9	18508,7
Відхилення, %	-	16,4	31,1	17,5	11,2

Джерело: складено автором на основі офіційних даних Державної сужби статистики України

За період дослідження вітчизняного меблевого ринку період 2016-2020 рр. характеризується стабільним щорічним зростанням (див. табл 1.13). За 2020 рік обсяг ринку меблевої продукції склав 18,5 млрд грн. З 2016 року ринок меблів України характеризується процесом імпортозаміщення, особливо в сегменті середньої ціни та недорогих меблів.

Сьогодні внутрішній ринок складає 18,5 млрд. офіційно і приблизно 25,9 - 27,75 млрд грн з урахуванням тіньової частини меблевої промисловості. Експерти прогнозують, що вітчизняний меблевий ринок з 2021-2024 р. зростатиме помірно: у річному обчисленні збільшуватиметься в середньому на 10% щороку.

Як ми бачимо з таблиці 1.12, Український ринок і має потенціал розвитку, однак загальний обсяг все ще дуже низький, близько 1 мільярда євро на людину за середньорічним курсом НБУ.

Отже, обмежуючись розвитком та розширенням географії збуту тільки на місцевому ринку меблів, підприємство матиме низький темп зростання.

З концептуальної точки зору є відмінності в подальшому розвитку українського меблевого ринку. Можемо виділити два шляхи подальшого розвитку:

1. Розвиток вітчизняного меблевого виробництва та споживчого ринку;

2. Подальша інтеграція в міжнародний ланцюг створення вартості, експортна орієнтація галузі;

Незважаючи на нерівномірний розподіл зростання меблевого ринку, світові тенденції зростання створюють нові можливості для меблів, незалежно від того, де знаходиться виробник:

- у регіонах, що розвиваються, із зростанням населення збільшується купівельна спроможність, відповідно споживачі починають витрачати на власні меблі в кілька разів більше, ніж раніше (Наприклад, Угорщина, Литва, Індія, В’єтнам тощо);

- у розвинених країнах рівень споживання меблів також росте. Найкращий приклад такого розвиненого ринку, що продовжує зростати, це ринок США та деякі європейські ринки (наприклад, Сполучене Королівство);

1.3. Дослідження ефективності здійснення експортних операцій ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Економічне обґрунтування діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС», у тому числі і тих його напрямків, які пов'язані із зовнішньоекономічною сферою господарювання, здійснюється на підставі аналізу показників ефективності.

Показники економічної ефективності на ТОВ «ЕСКАДО-МС» поділяють на:

1) показники ефекту, що визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових одиницях як різниця між результатами діяльності та витратами на її здійснення;

2) показники ефективності, що визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення і відтворюються відносними величинами: відсотками, частками одиниці.

Розрахунок показників ефективності на ТОВ «ЕСКАДО-МС» здійснюється з метою опрацювання пропозицій щодо поліпшення економічної ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується.

Здійснюваний економічний аналіз полягає у вивченні поточного стану ТОВ «ЕСКАДО-МС» в галузі ЗЕД, його відхилень від запланованого рівня та виявленні чинників, що спричинили ці відхилення.

Для вивчення особливості зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» проводиться оцінка ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності за 2016-2020 роки.

Загальна оцінка ефективності ЗЕД здійснюється на основі звітів 2016-2020 років (табл. 1.14).

Таблиця 1.14

Показники для аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» у 2016-2020 роках, тис. дол.

№ п/п	Показники експортно-імпортної діяльності	Звітний період				
		2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
1	Контрактна вартість експорту	1 451,9	1 621,0	1 166,9	1 850,9	3 388, 1
2	Транспортні витрати	47,0	50,0	58,0	55,0	60,0
3	Вантажно-навантажувальні витрати	40,0	45,0	50,0	50,0	50,0
4	Експедиторські витрати	15,0	18,0	20,0	24,0	16,0
5	Страхові витрати	50,0	60,0	50,0	60,0	40,0
6	Інші витрати на ЗЕД	70,0	65,0	80,0	50,0	92,0
7	Повні витрати експортера на виробництво та реалізацію умов контракту	222,0	179,0	258,0	239,0	258,0
8	Виробнича собівартість експортованих меблів	688,4	443,2	615,9	1433,1	2655,3

Джерело: складено автором на основі зовнішньоторговельних контрактів та фінансової звітності підприємства

Як вже зазначалося, для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності, здійснюваної ТОВ «ЕСКАДО-МС», в якості критерію використовується співвідношення результатів від проведення різних зовнішньоекономічних операцій та витрат, пов'язаних з їх здійсненням, тобто:

$$E_{ЗЕД} = \frac{П_{екс-імп}}{В_{екс-імп}} \quad (1.1)$$

де $Е_{ЗЕД}$ - критерій ефективності зовнішньоекономічної діяльності;

$П_{ЕКС-ІМП}$ - прибуток від здійснення експортно-імпортних операцій;

$В_{ЕКС-ІМП}$ - повні витрати на здійснення експортно-імпортних операцій.

Критерій ефективності ЗЕД для ТОВ «ЕСКАДО-МС» становить:

$$E_{ЗЕД} = \frac{3388,1}{2913,3} = 1,16$$

Отже, факторний аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Ескадо-МС» показав, що в періоді, який аналізується, ефективність від проведення зовнішньоекономічних операцій зростає, за рахунок підвищення прибутку і зниження експортно-імпортних витрат. Слід зауважити, що протягом періоду, який аналізується, ТОВ «Ескадо-МС» застосовує експортоорієнтовану стратегію. Тотожно змінюються і витрати: зовнішньоторговельна вартість експорту скорочується більшими темпами, ніж вартість імпорту [22].

Підсумовуючи вищесказане, для оптимізації витрат експортних операцій та підвищення евективності ЗЕД, по-перше, слід переглянути імпортні контракти в частині щодо умов базисного постачання (транспортні й експедиторські витрати), а також розглянути можливість часткових розрахунків готовою меблевою продукцією за постачання імпортної сировини. Такий захід на перших етапах діяльності може призвести до зниження ефективності зовнішньоекономічних операцій на 2-3%, але значно скоротить складські витрати, позбавить від значної кількості залишків готової меблевої продукції, підвищить загальний рівень доходів, прискорить оборот меблевої продукції.

По-друге, варто розглянути можливість виходу на нові перспективні ринки та зосередитись на заключенні довгострокових контрактів як з резидентами, так і нерезидентами.

За звітний період дефіцит зовнішньої торгівлі меблевої промисловості України змінився з негативного на позитивний, а загальний обсяг експорту з 2016 по 2019 рік зріс на 108,9%, що закріпило міжнародний статус України як експортера меблів. Це свідчить про те, що значення української меблевої продукції на світовому ринку зростає, а також зростає попит на українські меблі.

Важливим питанням є вибір найбільш перспективного ринку, на якому ТОВ «Ескадо-МС» може успішно реалізовувати свою продукцію. Іншим важливим аспектом є диверсифікація потенційних ринків для захисту експорту від можливих негативних структурних змін в окремих країнах чи регіонах.

Серед переваг виходу ТОВ «Ескадо-МС» можна визначити:

- низька вартість сировини та енергоресурсів порівняно з країнами конкурентами в ЄС;
- дешева і висококваліфікована робоча сила;
- використання екологічно чистої сировини;
- енергоефективність виробництва.

Недоліками імпорту меблів з України є:

- затримка відшкодування експортного ПДВ;
- негативний імідж України як надійного партнера;
- імпортерам ЄС бракує інформації про українських виробників;
- відсутність коштів для участі в закордонних виставках;
- імпорт з Польщі та Туреччини за демпінговими цінами;

На сьогодні ТОВ «Ескадо-МС» успішно експортує свою продукцію до 12 країн світу. Серед найбільших імпортерів меблів виробництва підприємства є Польша, Китай, Литва та Німеччина.

Проаналізуємо експортну поставку товару до Польщі (табл. 1.15 та 1.16).

Таблиця 1.15

Вихідні дані по контракту

Найменування товару	Стіл письмовий
Код УКТЗЕД	3004 40 09 00
Країна походження	Україна
Умова поставки	CIP Моранг
Обсяг партії	70 КОМПЛЕКТІВ
Собівартість	2300 ГРН
Ціна EXW	136 ЄВРО
Ціна на внутрішньому ринку	4500 ГРН

Джерело: побудовано автором

Важливо зазначити, що перевезення меблів потребує дотримання певних правил, зокрема окрім надійного фіксування меблів в транспорті, важливим є показник вологості. Потрібно виключити можливість попадання атмосферних опадів на меблі. Транспорт повинен бути обладнаний ременями та спеціальними елементами, щоб запобігти переміщенню чи падінню предметів.

Також існують додаткові вимоги до експортера:

- Загальна безпечність продукції.

- Обмеження щодо використання хімічних речовин у виробництві, що стосується оброблення деревини чи готових меблів речовинами, які містять шкідливі елементи (наприклад миш'як чи креозоти як консерванти деревини).

- Контроль за переміщенням нелегальної деревини та лісоматеріалів. Продаж нелегальної деревини або продукції з неї суворо заборонено.

- Обмеження Конвенції про міжнародну торгівлю видами, що перебувають під загрозою зникнення. А саме, для експортування меблів у оздобленні яких використовується шкіра диких тварин необхідно оформити спеціальний дозвільний документ [29].

З таблиці 1.15 можемо зробити висновок, що ТОВ «Ескадо-МС» експортувало письмові столи до Польщі за умовами поставки Інкотермс 2020 - CIP Моранг.

Умова CIP передбачає, що перевезення і страхування оплачені до зазначеного пункту призначення. Такі умови зобов'язують продавця (експортера) доставити товар перевізнику та забезпечити оплату митного оформлення вантажу. Також, обов'язковою умовою CIP є страхування товарів від ризику пошкодження чи втрати товару за свій рахунок. У нових Інкотермс 2020 змін зазнала саме умова про страхування. За новими правилами відправлення повинно бути застраховане експортером на суму не менше ніж 110% вартості. Однак, рівень страхової компенсації може бути визначений самостійно.

В момент передачі товару першому перевізнику відбувається перехід ризиків від продавця до покупця. Із цього моменту відповідальність за втрату або пошкодження товару, як і будь-які додаткові витрати, що виникають після відвантаження товару несе покупець (імпортер). Перехід права власності та ризиків фіксується товаро-транспортною накладною [33].

Отже, контрактна вартість товару становить ціну виготовленого товару + витрати на навантаження товару на транспортний засіб на складі виробника + витрати на транспортування товару до основного транспорту + витрати на навантаження товару на основний транспортний засіб + витрати на міжнародне перевезення до міста Моранг, Польща + витрати на страхування партії товару (табл.1.6.).

Для визначення ефективності такої операції спочатку розрахуємо дохід від продажу партії на внутрішньому ринку:
70 комплектів х 3 500 грн = 245 000 грн

Собівартість партії: 2300 х 70 = 161 000 грн

Вартість партії товару EXW: 136 х 70 = 9520 Євро = 286 600 грн

Таблиця 1.16

Структура витрат щодо розрахунку контрактної вартості

Статті витрат	Сума витрат
Витрати на навантаження товару на основний транспортний засіб	1950 грн
Витрати на міжнародне перевезення до міста Моранг, Польша	1,7 Євро * 1000 км * 30 = 51000 грн
Витрати на страхування партії товару	24360 грн

Джерело: складено автором

Накладні витрати при експорті: 1950 + 51000 + 24360 = 77 310 грн

Контрактна вартість CIP Моранг: 285 600 + 77 310 = 362 910 грн або 12 097 Євро (за курсом 30,0).

Показники економічної ефективності експортної операції занесено до табл. 1.17.

Таблиця 1.17

Економічна ефективність експортної операції

№	Назва показника	Значення
1	Дохід від реалізації експорту, грн	362 910
2	Контрактна вартість, Євро	12 097
3	Витрати на виробництво експортованої продукції, грн	161 000
4	Накладні витрати при експорті, грн.	77 310
5	Прибуток, грн	124 600
6	Чистий прибуток, грн	102 172
7	Економічна ефективність операції	1,52
8	Рентабельність експортної операції, %	52

Джерело: розраховано автором

Щоб порахувати прибуток від операції, від контрактної вартості віднімаємо суму собівартості та накладних витрат.

Прибуток = 362 910 - (161 000 + 77 310) = 124 600 або 4153 дол. США.

Чистий прибуток = Прибуток - Податок на прибуток;

Чистий прибуток = 124 600 - 124 600 х 0,18 = 102 172 грн.

Економічна ефективність експорту вираховується шляхом ділення контрактної вартості на суму собівартості та накладних витрат .

Економічна ефективність експорту = 362 910/ (161 000 + 77 310) = 362 910/ 238 310 = 1,52

Ефективність експорту більше одиниці, отже експортна операція є вигідною.

Розрахуємо рентабельність експортної операції шляхом ділення прибутку на суму собівартості та накладних витрат помножених на 100%.

Рентабельність експортної операції = 124 600/ (161 000 + 77 310) х 100% = 52%

Отже, така політика в галузі зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» сприятиме підвищенню ефективності його експортно-імпортних операцій, а також налагодженню інтеграційних зв'язків із закордонними партнерами, що врешті-решт забезпечить стабільне та прибуткове функціонування підприємства.

Висновки до розділу 1

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність являє собою сукупність методів і засобів торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва, валютно-фінансових і кредитних відносин із зарубіжними країнами.

Найважливішою частиною ЗЕД виступає зовнішньоторговельна діяльність, яка визначається як підприємницька діяльність в галузі міжнародного обміну товарами, роботами, послугами, інформацією та результатами та інтелектуальної діяльності.

Різноманітність видів і форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств має сприяти підвищенню ефективності зовнішніх зв'язків держави в цілому. Це дозволить вирішити такі завдання, як збільшення валютних ресурсів і обсягів торгівлі, поліпшення структури експорту та імпорту, погашення зовнішніх боргів, розширення сфер співробітництва, залучення капіталу та технологій в країну.

Зовнішньоекономічною діяльністю на ТОВ «ЕСКАДО-МС» займається відділ маркетингу, який за останні роки досяг значних успіхів, як в розширенні асортименту, так і збільшенні обсягів продажів. Основна частина пропонованої продукції надходить до меблевих фабрик України, також здійснюється імпорт меблів до країн Європи та Азії. На підприємстві постійно збільшується асортимент пропонованої продукції, тільки на 2021 рік планується збільшити асортимент приблизно на 18 найменувань, що говорить про те, що підприємство не стоїть на місці, а постійно збільшує як обсяги реалізації, так і асортимент пропонованої продукції. При цьому слід зазначити, що в останні роки частка меблевих виробів постійно збільшується, що пов'язано як із зростанням якості і асортименту даних виробів,

Однак не варто зупинятися на досягнутому, а постійно вдосконалювати зовнішньоекономічну діяльність, як за рахунок підвищення кваліфікації фахівців, які займаються міжнародною торгівлею, так і здійсненням рекламних заходів як в України, так і за кордоном.

Таким чином, ТОВ «ЕСКАДО-МС» досягла реальних успіхів у зовнішньоекономічній діяльності завдяки відділу маркетингу, який забезпечує постійний збут продукції як на території України та грамотному плануванні та прорахункам ефективності експорту.

Також важливо систематично просувати продукцію товариства на міжнародному рівні, сприяти створенню іміджу України як надійного експортера якісних меблів. Для цього необхідно підвищувати обізнаність власників українського меблевого бізнесу щодо можливостей співпраці з

нерезидентами, продовжувати торгові місії, брати участь та організовувати власні міжнародні виставки тощо.

На сьогодні на заваді успішної інтеграції українських виробників впливають труднощі в отриманні відповідної інформації про можливості та існуючі програми розвитку. Підприємці та виробники, які бажають вийти на міжнародний ринок, стикаються з інформаційним вакуумом, що знижує їхні шанси на успіх на зовнішніх ринках.

Необхідним фактором успіху є доступність інформації про програми розвитку, заходи для знайомства з потенційними імпортерами, експортні можливості. Для цього потрібно реалізувати єдину інформаційну базу на основі платформи асоціації «Українська меблева асоціація» Це об’єднає виробників галузі для надання актуальної інформації про експортні можливості, поточні існуючі міжнародні плани розвитку та співпраці, а також ініціативи уряду, пов'язані з меблевою промисловістю тощо.

РОЗДІЛ 2
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ ТОВ «ЕСКАДО-МС»

2.1. Напрями удосконалення операцій з експорту ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Український меблевий ринок - один з найбільш конкурентних: на ньому представлені як великі фабрики (серійні виробники), так і дрібні підприємці, які працюють за індивідуальними замовленнями. Потенціал розвитку галузі досить широкий, але попит на меблі в українців залишається на низькому рівні в порівнянні з європейськими країнами.

Обсяг світового меблевого ринку, за оцінками експертів, перевищує 200 млрд. євро в рік, а частка України на ньому менше 1% При цьому жорстка конкуренція на ринку не дозволяє йти по шляху збільшення експортних цін в гривні пропорційно коливань курсів валют і вимагає надання відстрочок платежу по поставленій продукції [36, с. 49].

Одним з найважливіших шляхів реалізації меблевої продукції за кордоном є інтернет-торгівля. Даний вид реалізації меблів є, з одного боку, найбільш ефективним і менш витратним (оперативні розрахунки за продукцію, відсутність необхідності оренди або купівлі торгових площ), з іншого боку, зажадає від виробників розширення клієнтської (дилерської) бази.

Підприємствам-виробникам меблів потрібно активна робота з усунення певних складнощів: у взаєморозрахунках між українськими підприємствами-виробниками і покупцями за кордоном в залежності від країни покупця, визначення рівня транспортних витрат після визначення місцезнаходження інтернет-покупця і оптимізація логістики та ін.

Інтернет-торгівля через закордонні представництва та дилерів за кордоном полегшує збут продукції, робить процес реалізації мобільнішим.

Здійснений загальний аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» показав, що підприємство, маючи величезний виробничо-технічний потенціал, висококваліфіковані кадри, володіючи достатніми фінансовими ресурсами і є великою меблевою організацією в регіоні, недостатньо представлено на ринку інших країн, в першу чергу суміжних [27, с. 49].

Основними напрямами вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» є (рис. 2.1):

1) розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС»;

2) вдосконалення структури управління;

3) істотне збільшення обсягу меблів за кордоном;

4) збільшення питомої ваги меблів в країнах Європи;

5) вихід на ринок будівельних робіт країн Азії.

Рис. 2.1. Основні напрямку вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Джерело: побудовано автором

Найважливішим з запропонованих напрямків є розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності на довгострокову (10-15 років) і середньострокову (5-7 років) перспективу.

Стратегія підприємства - це розрахована на перспективу система заходів, що забезпечує досягнення конкретних намічених компанією цілей. Сутність вироблення і реалізації полягає в тому, щоб вибрати потрібний напрямок розвитку з численних альтернатив і направити виробничо-господарську діяльність по обраному шляху [22, с. 96].

Система стратегічного управління передбачає:

- виділення ресурсів під стратегічні цілі незалежно від фактичної структури управління виробничо-господарською діяльністю;
- створення центрів керівництва кожної стратегічної мети;
- оцінку і стимулювання виробничих підрозділів та їх керівників за ступенем досягнення стратегічних цілей.

Сьогодні все більш очевидним стає те, що основною особливістю систем управління підприємством в умовах конкуренції є орієнтація на довгострокову перспективу, тобто управління проведенням досліджень, диверсифікацією операцій, інноваційною діяльністю та максимальним використанням творчої активності персоналу. Досвід розвинених країн показує, що ефективне вирішення всіх перерахованих завдань неможливо без стратегічного управління [3, с. 63].

З цією метою, на першому етапі, треба провести дослідження зовнішнього середовища, тобто конкурентів, постачальників і споживачів меблевого підприємства. Далі, необхідний аналіз існуючої позиції і можливостей самого підприємства, його технічних, технологічних, фінансових, сировинних та інших ресурсів. Третім етапом є застосування SWOT-аналізу, який інакше називають ще матрицею первинного стратегічного аналізу. Це найбільш простий і доступний метод, що дозволяє проінтегрувати різні аспекти зовнішнього і внутрішнього середовища і

здатний дійсно надати допомогу у виборі оптимальної маркетингової стратегії.

SWOT-аналіз - це один з найпоширеніших видів аналізу в стратегічному управлінні на сьогоднішній день. SWOT-аналіз дозволяє виявити і структурувати сильні і слабкі сторони компанії, а також потенційні можливості і загрози. Досягається це за рахунок порівняння внутрішніх сил і слабкостей компанії з можливостями, які надає ринок. Виходячи з якості відповідності, робиться висновок про те, в якому напрямку організація повинна розвивати свій бізнес, і в кінцевому підсумку визначається розподіл ресурсів по сегментах [5, с. 46].

Аналіз зовнішнього середовища компанії показав, що виробництво меблевої продукції на території регіону розташованого в декількох суміжних державах здійснюють не більше п'яти компаній такого масштабу. У той же час на цьому ринку працюють понад 60 компаній, які мають визначену частку потенційного ринку меблевих (деревообробних) робіт. При цьому частка жодної з компаній не перевищує 10% сукупного регіонального ринку.

За результатами аналізу зазначеного ринку меблів домінуючих компаній на ринку, не виявлено. Ринок меблів в різних сегментах конкурентний.

В процесі аналізу ринку виявилася значна різниця в собівартості виробництва меблевої продукції, представленого меблевими компаніями.

Аналіз зовнішнього середовища на макро рівні виявив оцінки, що характеризують реальний стан соціальної, правової, економічної, політичної та технологічної сфер в галузі виробництва меблів в зазначеному регіоні.

Виходячи з отриманих даних видно, що найбільш позитивний вплив на меблеві підприємства сьогодні надає соціальна і політична сфери, так само позитивно впливає технологічне середовище в усіх країнах, які формують вказаний регіон [30, с. 46].

Що стосується економічної та юридичної сфер, то тут вплив на меблеву діяльність в різних країнах різні. В країнах Європи вони носять стимулюючий характер, а в країнах Азії економічна і юридична сфери є негативними,

причому стан правового середовища оцінюється практично найнижчою оцінкою, що виявляє очевидні проблеми для меблевого бізнесу з боку правової захищеності.

Аналіз внутрішнього середовища ТОВ «ЕСКАДО-МС» свідчить, що воно володіє такими сильними сторонами як:

- потужний виробничий потенціал;

- наявність висококваліфікованих кадрів;

- великий досвід надання послуг в сфері виготовлення меблевої продукції, використання сучасних технологій.

До слабких сторін підприємства слід віднести:

- нестабільне фінансове становище підприємства в останні роки;

- відсутність великої практики в наданні послуг в умовах конкуренції.

Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства відкриває перед ТОВ «ЕСКАДО-МС» наступні нові можливості:

- істотне збільшення обсягів надання меблевих послуг за межами України;

- підвищення ефективності функціонування ТОВ «ЕСКАДО-МС» в цілому;

- забезпечення географічної диверсифікації діяльності підприємства;

- підвищення фінансової стійкості підприємства на довгострокову перспективу.

Можливими загрозами для ТОВ «ЕСКАДО-МС» в разі істотного розширення зовнішньоекономічної діяльності можуть стати:

- більш сильний негативний вплив світових економічних криз на результати фінансово-господарської діяльності;

- негативний впливу на функціонування підприємства політики деяких суміжних державах;

- можливі фінансово-економічні втрати, пов'язані з нестабільністю законодавства і недостатньою правовою захищеністю.

Першочерговим завданням підприємства є розширення і подальше утримання сегментів існуючих ринків.

Говорячи про зміни у внутрішньому середовищі підприємства, необхідно мати на увазі, що зміни повинні йти паралельно на двох рівнях - на рівні керівництва підприємства і на рівні керівників середньої і нижчої ланки. На рівні керівництва підприємства необхідно [31, с. 96]:

1) ввести в його склад керівників служб, пов'язаних з маркетингом і збутом продукції, причому ці служби повинні зайняти домінуюче місце в організації підприємства;

2) різко посилити сприйнятливість до нових способів управління, організації виробництва і збуту продукції;

3) сформувати атмосферу творчості, пошуку, ініціативи.

На рівні керівників середньої і нижчої ланки необхідно:

1) створити систему перепідготовки кадрів з орієнтацією на ринкові методи управління (менеджерського типу);

2) сформулювати посадові інструкції з чітким зазначенням їх прав і обов'язків;

3) відпрацювати систему ротації керівних кадрів, передбачивши не тільки підвищення в посаді за ініціативну роботу, але і на зниження за безініціативну роботу і некомпетентність;

4) сформулювати систему оперативного інформування керівників середньої ланки про зміни в стратегії і тактиці підприємства.

Необхідно також і зміна відносин із «зовнішнім» середовищем. Службою маркетингу, іншими дослідницькими службами підприємства повинно бути організовано постійне вивчення загальних тенденцій розвитку своєї і суміжних галузей народного господарства, поведінки конкурентів, ефективності проведеної підприємством маркетингової політики. Для цих цілей можуть використовуватися послуги різних спеціалізованих організацій, залучатися сторонні фахівці-консультанти [28, с. 76].

Важливим представляється також вивчення та запозичення передового досвіду роботи інших підприємств.

Необхідність виділення спеціального підрозділу, покликаного забезпечувати виконання маркетингових функцій, диктується тим, що неможливо стати на шлях ринкової концепції управління, зв'язати в єдиний процес всі елементи маркетингу без їх ретельної координації і управління.

Створювана служба маркетингу покликана не тільки керувати всією діяльністю підприємства по продукції на зовнішньому ринку, а й нести відповідальність за планування виробництва, розробку стратегії і тактики, реклами, політики цін [28, с. 74].

Служба повинна стати джерелом інформації та рекомендацій для прийняття рішень з багатьох питань виробничої, фінансової діяльності.

У загальному вигляді, структура служби маркетингу в ТОВ «ЕСКАДО-МС» може розглядатися як на рис. 2.2.

Рис. 2.2. Організаційна структура відділу маркетингу ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Джерело: Складено автором

Виходячи з цієї структури, можна визначити економічний ефект, який принесе відділ маркетингу для підприємства: участь в профільних виставках, збільшення обсягів продажу меблевої продукції за кордоном та вихід на нові ринки.

Вважаємо доцільним розглянути можливість експорту до Великої Британії. Диверсифікація ринків збуту є важливим елементом захисту від впливу змін на ринках окремих географічних регіонів.

Нинішня ситуація і перспективи Британської економіки є нечіткими. З одного боку, економіка Великої Британії є найбільший і найбільш розвиненою в Європі, у 2014 році мала один з найвищих темпів зростання реального ВВП серед розвинених країн – на рівні 3,1%. З іншого боку, в останні роки британська економіка сповільнюється. Протягом 2021-2023 років очікується, що зростання реального ВВП складе лише 1,4-1,6% [1].

Включно з основними факторами уповільнення економіки Великобританії безсумнівно, що вихід країни з Європейського Союзу (Brexit) загрожує невизначеністю умов виходу та його наслідків.

Приватне споживання також демонструє низькі темпи зростання. Сповільнене зростання споживання обумовлене повільним зростанням реальних доходів населення.

Однак, сповільнення економічних показників Великобританії очікується в коротко- та середньостроковій перспективі, а після адаптації до нової ситуації та Брекзіту національна економіка повинна поступово прискорити зростання (до 1,6% щорічно до 2026 року) [7].

На тенденції дизайну меблів впливатимуть такі фактори:

- зростання ринку оренди житла та попиту на менші, більш портативні меблі.

- поєднання кухні та вітальні/лаунж-зони, при цьому, за даними Euromonitor International, продажі шаф та інших меблів для сидіння знизяться у 2016-2020 рр. Основна причина полягає в тому, що невелика житлова площа британських сімей обмежує попит на великі меблі.

- сучасна споживча тенденція – орієнтація на натуральні матеріали. Тенденція охоплює використання дерева, антикварних поверхонь, темних металів, земляних і нейтральних кольорів і відтінків. Оксамитові м'які меблі також стали популярні завдяки своїй здатності створювати затишок.

- «відкритий» спосіб життя - завдяки інноваційним рішенням для дизайну дверей і диванів зона відпочинку інтегрована з внутрішнім двориком.

- в тренді кухонні меблі з матовими тонами [42].

Такі тенденції обумовлюють зростання кількості людей, що працюють з дому хоча б два дні на тиждень. Відовідно зростає попит на офісні меблі та зручні стільці.

На даний момент загальний обсяг імпорту меблів з України до Великобританії дуже невеликий. Однак він демонструє високі темпи зростання. А саме, за підсумками 2020 року приріст склав 35,8%. У структурі імпорту найбільшу частку займає підкатегорія «Інші меблі та частини» (понад 75% у 2020 році), до якої в основному належать каркасні меблі.

У контексті незначного зростання загального імпорту меблів у країну ця позитивна тенденція свідчить про збільшення частки ринку меблів України у Великобританії.

Загалом, існує дві основні категорії меблевої продукції, яка експортується з України до Великобританії:

- різні дерев'яні меблі;
- постільні речі (матраци) [35].

У більшості категорій у 2020 році український імпорт у валютному еквіваленті збільшився на 321,6%, причому найбільшою категорією залишається постільна білизна (матраци) та меблі для спалень. У той же час імпорт дерев'яних меблів для спалень характеризується скороченням вдвічі у порівнянні з попередніми періодами.

2.2. Розробка комплексу заходів щодо експорту товарів ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Геополітична ситуація України є серйозним обмеженням, приток іноземного капіталу є незначним, а процес розвитку сучасної меблевої галузі все ще знаходиться на дуже ранній стадії. Тим не менше, українська меблева галузь має декілька сприятливих особливостей (зокрема, наявність сировини, відносно дешева робоча сила, географічне розташування), які можна використовувати більш ефективно для того, щоб отримувати вигоду від більш відкритої торгівлі з Великобританією.

Пропонований підхід передбачає використання та покращення існуючих конкурентних переваг і вихід на ринок Сполученого Королівства з метою досягнення позитивних результатів вже у короткостроковій перспективі, розвитку довіри та зміцнення позицій українських виробників меблів. Відтак, стратегія для української меблевої галузі має три основні складові:

- використання існуючих конкурентних переваг і ефективне використання сприятливих умов доступу до сировини, матеріалів та робочої сили у виробництві меблів.

- вибір асортименту продукції, що користується попитом на потенційному ринку з огляду на розглянуті в розділі 2.1 тенденції.

- вихід на «легші» ринки у Великій Британії та інших країнах. Оскільки прямий доступ українських меблевиків на ринок готової продукції Сполученого Королівства видається надзвичайно амбітною ціллю, принаймні в короткостроковій перспективі, пропонований підхід передбачає вихід на європейських споживачів через європейських виробників та європейських рітейлерів. Наприклад, через бренд ІКЕА який в є дуже популярним в Великобританії, користується попитом та має велику довіру населення [34].

Головною метою стратегічного бачення, покладеного в основу запропонованого плану дій, є підтримка розвитку ТОВ «Ескадо-МС» як надійного та конкурентоспроможного бізнес-партнера на ринку Великобританії. Зазначене бачення базується на припущенні, що Україна

може спробувати повторити досвід країн, які вже успішно розвиваються в цьому напрямку, адаптоване до українського контексту і утворює основу для реалістичного підходу, який передбачає поступовий прогрес з результатами вже у короткостроковій перспективі.

ТОВ «ЕСКАДО-МС» має декілька стратегічних варіантів розвитку на ринку Великої Британії:

1) виготовляти комплектуючі та напівфабрикати, які збиратимуть інші виробники;

2) виготовляти меблі для іншої компанії (виробника або рітейлера) згідно з її дизайном (наприклад, IKEA, BTM);

3) виготовляти меблі за власним дизайном, але без бренду;

4) виготовляти меблі за власним дизайном і продавати під власним брендом;

5) виконувати індивідуальні проекти з меблювання житлових або нежитлових приміщень.

Цей список може розглядатися як маршрут, по якому ТОВ «ЕСКАДО-МС» рухається у процесі свого розвитку, або як частина стратегії спеціалізації. ТОВ «ЕСКАДО-МС» має декілька варіантів – від продажу дуже спеціалізованих високоякісних комплектуючих за конкурентними цінами до продажу дизайнерських брендованих меблів.

Кожен з цих варіантів може бути економічно доцільним, якщо компанія має конкурентні переваги у відповідній сфері. Визначення найвигіднішої стратегії виробництва є важливим етапом для задоволення попиту на ринку конкурентоспроможної продукції і забезпечує прибутковість меблевій компанії.

Першочерговим завданням ТОВ «ЕСКАДО-МС» на даному етапі розвитку є розширення і утримання існуючих ринків збуту своєї продукції. На основі вищесказаного можна зробити висновок, що ЗЕД ТОВ «ЕСКАДО-МС» є досить успішною і розвиток в тому ж напрямку призведе до ще кращих фінансових результатів в майбутньому.

Також, керівництво компанії може зробити ряд кроків для збільшення ефективності ЗЕД.

Розробка і застосування стратегії зовнішньоекономічної діяльності - є одним із найважливіших завдань керівників вищої ланки. Основним завданням стратегічного планування є встановлення максимально можливої планомірності і пропорційності в діяльності підприємства, зменшення невизначеності та ризику в господарської активності і забезпечення концентрації ресурсів на обраних пріоритетних напрямках. Важливою умовою успішної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС» є стратегічне планування, що дозволяє формувати і підтримувати стратегічну відповідність між цілями підприємства та його потенційними можливостями. Так, якщо номенклатура виробництва включає кілька асортиментних груп, кілька ринків, як на ТОВ «ЕСКАДО-МС», то доцільно виділення відносно самостійних стратегічних господарських підрозділів [47].

Виділяючи найбільш пріоритетні стратегічні господарські підрозділи для ТОВ «ЕСКАДО-МС», слід назвати виробництво необлицьованої та облицьованої ДСП, плит МДФ, ламінованих плит і тонкої ДСП.

Стратегія розвитку повинна бути економічно обґрунтована. Наприклад, посилення стимулювання збуту зажадає зміни якісної характеристики продукції, гнучкої цінової політики, оптимізації витрат та інтенсифікації реклами. Саме таким чином програма підприємства трансформується в перелік конкретних завдань на відповідний період.

Попередньо дослідивши ринок Великої Британії та визначивши перспективи ТОВ «Ескадо-МС» розвитку у даному напрямку, пропонуємо проаналізувати потенційну експортну поставку товару до Великої Британії за умовами Інкотермс 2020 CPT Лідс (табл. 2.1 та 2.2). А також, визначити ефективність та доцільність проведення такої операції.

Таблиця 2.1

Вихідні дані по контракту

Найменування товару	Стіл письмовий
Код УКТЗЕД	3004 40 09 00
Країна походження	Україна
Умова поставки	CPT Лідс
Обсяг партії	70 КОМПЛЕКТІВ
Собівартість	2300 ГРН
Ціна EXW	156 ЄВРО

Джерело: побудовано автором

Термін CPT означає, що продавець призначає перевізника та поставляє товар до місця призначення. Крім того, продавець бере на себе зобов'язання оплатити витрати на транспортування товару до визначеного пункту призначення. Це означає, що покупець приймає всі ризики та будь-які інші витрати, які можуть виникнути після доставки товару зазначеним вище способом.

Термін «перевізник» означає будь-яку особу, яка зобов'язується здійснювати або забезпечувати перевезення вантажів залізничним, автомобільним, повітряним, морським, внутрішнім водним шляхом або комбінацією цих видів транспорту відповідно до договору перевезення. У разі використання кількох перевізників до узгодженого пункту призначення передача ризику відбувається, коли вантаж передається першому перевізнику.

Термін CPT вимагає від продавця пройти процедури експортного митного оформлення. Термін може використовуватися для будь-якого виду транспортування, включаючи мультимодальні (змішані) перевезення [32].

Ця умова досить схожа на умову CIP, розглянуту в розділі 1.3 роботи, однак відрізняється тим, що покупець бере на себе ризики втрати або пошкодження товару та інші додаткові витрати після передачі вантажу перевізнику, а не в момент прибуття вантажу до точки призначення.

Таблиця 2.2

Структура витрат щодо розрахунку контрактної вартості

Статті витрат	Сума витрат
Витрати на навантаження товару на основний транспортний засіб	1950 грн
Витрати на проходження експортних формальностей	1000 грн
Витрати на міжнародне перевезення до міста Лідс , Велика Британія	1,7 Євро * 2800 км * 30 = 142 800 грн

Джерело: складено автором

Собівартість партії: 2300 х 70 = 161 000 грн;

Вартість партії товару EXW: 156 х 70 = 10 920 Євро = 327 600 грн;

Накладні витрати при експорті: 1950 + 142 800 + 1 000 = 145 750 грн;

Контрактна вартість СРТ Лідс: 327 600 + 145 750 = 473 350 грн або 15 778 Євро (за курсом 30,0).

Показники економічної ефективності експортної операції занесено до табл. 1.17.

Таблиця 2.3

Економічна ефективність експортної операції

№	Назва показника	Значення
1	Дохід від реалізації експорту, грн	473 350
2	Контрактна вартість, Євро	15 778
3	Витрати на виробництво експортованої продукції, грн	161 000
4	Накладні витрати при експорті, грн.	145 750
5	Прибуток, грн	166 600
6	Чистий прибуток, грн	136 612
7	Економічна ефективність операції	1,54
8	Рентабельність експортної операції, %	54

Джерело: розраховано автором

Щоб порахувати прибуток від операції, від контрактної вартості віднімаємо суму Витрати на виробництво експортованої продукції та накладних витрат.

Прибуток = 473 350 - (161 000 + 145 750) = 166 600 або 5553 Євро.

Чистий прибуток = Прибуток - Податок на прибуток;

Чистий прибуток = 166 600 – 166 600 х 0,18 = 136 612 грн.

Економічна ефективність експорту розраховується шляхом ділення контрактної вартості на суму собівартості та накладних витрат.

Економічна ефективність експорту = 473 350/ (161 000 + 145 750) = 431 350 / 306 750 = 1,54

Ефективність експорту більше одиниці, отже експортна операція є вигідною.

Розрахуємо рентабельність експортної операції шляхом ділення прибутку на суму собівартості та накладних витрат помножених на 100%.

Рентабельність експортної операції = 166 600 / (161 000 + 145 750) х 100% = 54%

Таким чином, запропонована експортна операція є економічно вигідною та має більшу рентабельність, ніж базова поставка товару до Польщі (див. розділ 1.3) .

Також важливим заходом розвитку експортного потенціалу підприємства вважаємо посилення рекламних заходів для зміцнення і розширення своїх позицій на ринку України та ринках країн світу. В даний час Інтернет є найбільш ефективним способом просування товару. Розширення мережі Інтернет обіцяє кардинально змінити динаміку міжнародної торгівлі і стати її головною рушійною силою завтра. Багато компаній усвідомлюють величезний потенціал Інтернету як маркетингового посередника, котрий представляє собою засіб ділової взаємодії, що дозволяє просувати свою продукцію на внутрішній і світові ринки.

На даний момент у ТОВ «ЕСКАДО-МС» є свій сайт. Однак поки не передбачено розміщення на сайті електронного магазину, який дає можливість

підприємству запропонувати покупцям нову послугу - швидке замовлення і доставку будь-якої партії товару споживачеві в найкоротші терміни.

На сьогоднішній день на сайті ТОВ «ЕСКАДО-МС» представлена лише номенклатура продукції, її характеристика. Покупцеві даються лише координати підприємства, і, за допомогою різних засобів зв'язку (в т.ч. електронної пошти), ведуться подальші переговори за цінами, умовами поставки і т.д. При створенні Інтернет-магазину власник зможе здійснити наступні операції:

- створення електронного каталогу запропонованих ним товарів і послуг, який постійно доступний в мережі Інтернет;

- організація цілодобового каналу збуту без додаткових фінансових витрат на торгові площі і персонал;

- автоматизації системи прийому замовлень;

- ведення мультивалютної виписки документів (долари і грн.);

- завдання режиму автоматичного визначення категорії покупця (опт, роздріб і т.п.) і видача до трьох відповідних цін на товари;

- організація роботи за принципом B2B «бізнес-бізнес» для обслуговування віддалених філій і бізнес-партнерів;

- забезпечення зворотного зв'язку для маркетингових досліджень на ринку і створення клієнтської бази даних;

- проведення аналізу роботи Інтернет-магазину на підставі статистики, яка автоматично формується в процесі роботи магазину;

- отримання ефективної рекламної підтримки свого бізнесу;

- підключення однієї або декількох онлайнових платіжних систем для здійснення негайних розрахунків;

- підключення онлайн-гіда - можливість спілкуватися з покупцем в реальному часі;

- створення розсилки, що повідомляє покупця про новинки компанії.

Політика в області інноваційної діяльності. Для будівництва інноваційна діяльність має зараз особливе значення, так як багато меблевих підприємств є

застарілим, вимагають використання нових технологій та матеріали. В галузі з'являються нові технології, що дозволяють виготовляти меблі швидко, недорого і з гарантованою якістю.

З'являються нові високоефективні меблеві, деревообробні та дизайнерські матеріали. Реалізуються перші проекти промислового виробництва меблів, в яких схема виготовлення заснована на принципі когенерації. Свіжий подих сучасності відчувається в інженерному оснащенні меблів [52, с. 96].

Однак найчастіше на практиці застосування нових деревообробних технологій виявляється економічно невиправданим, а сучасне інженерне і технологічне обладнання - занадто дорогим в експлуатації.

Таке поєднання віджилих і сучасних технологій породжує конфлікт окремих деталей всієї системи. І це неминуче, коли удосконалення технологічного циклу зводяться до оновлення стандартних технологічних процесів: одне замінюється іншим. Масштаб нововведень такий, що не дозволяє розраховувати на будь-який значний економічний ефект, пов'язаний з переходом до принципово нових технологій.

Розглянуті заходи істотно підвищать ефективність діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС».

2.3 Прогнозна оцінка ефективності та вплив запропонованих заходів на результати діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС»

Пропонується розвиток наступних напрямів підвищення ефективності роботи підприємства: розширення географії ринків збуту, вихід на нові перспективні ринки, проведення рекламних заходів (участь у міжнародних виставках), вдосконалення інноваціної складової діяльності підприємства.

Реалізація запропонованих заходів може призвести до позитивних ефектів, таких як:

- підвищення платіжної дисципліни споживачів;
- зниження дебіторської заборгованості;

- зниження кредиторської заборгованості;
- збільшення коштів;
- зниження затрат;
- збільшення виручки підприємства.

Аналіз впливу запропонованого виходу на ринок Великої Британії подано у табл.2.4. Отже, за прогнозом, експорт продукції до Великобританії дозволить збільшити дохід від реалізації експорту на 68 440 тис.грн, що з урахуванням зростання контрактної вартості на 2 281 тис.грн, призведе до зростання чистого прибутку на 34 440 тис.грн. Відповідно, показник економічної ефективності операції також стане вищим на 0,03, що в свою чергу забезпечує вищу рентабельність експортної операції.

Таблиця 2.4

Компаративний аналіз економічної ефективності експорту до Польщі та Великої Британії

Назва показника	Експорт до Польщі	Експорт до Великої Британії	Відхилення
Дохід від реалізації експорту, грн	362 910	431 350	68 440
Контрактна вартість, Євро	12 097	14 378	2 281
Витрати на виробництво експортованої продукції, грн	161 000	161 000	-
Накладні витрати при експорті, грн.	77 310	145 750	68 440
Прибуток, грн	124 600	166 600	42 000
Чистий прибуток, грн	102 172	136 612	34 440
Економічна ефективність операції	1,38	1,41	0,03
Рентабельність експортної операції, %	52	54	2

Джерело: Складено автором

Таким чином, економія досягається за рахунок підвищення вартості партії товару EXW. Після виконання запропонованого експортного контракту підприємство отримає фінансовий результат до оподаткування у розмірі 253

229 тис.грн, порівняно з 86 629 тис.грн. у попередньому періоді.

Після проведення вищевказаних заходів фінансові показники підприємства можуть мати наступні значення (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Прогноз фінансових показників підприємства після ралізації запропонованого заходу (тис. грн.)

Показники	До введення заходів	Після реалізації заходів	Результат запропонованого заходу
Дохід	704 382	1 135 732	431 350
Собівартість продукції	568 800	729 800	161 000
Валовий прибуток	135 582	405 932	270 350
Інші витрати	119 683	265 433	145 750
Прибуток	86 629	253 229	166 600
Чистий прибуток	71 665	208 277	136 612

Джерело: Складено автором

Таким чином, в результаті успішної реалізації запропонованих нами заходів ТОВ «Ескадо-МС» в прогнозному періоді отримає (табл.2.5.), чистий прибуток у розмірі 208 277 тис. грн, а валовий прибуток складатиме – 405 932 тис. грн., що з урахуванням зростання собівартості на 161 000 тис.грн, призведе до зростання валового прибутку до показника 405 932 тис.грн.

Для порівняльного аналізу зобразимо лінії тренду фінансових результатів за останні три роки (2018-2020) та прогнозований період.

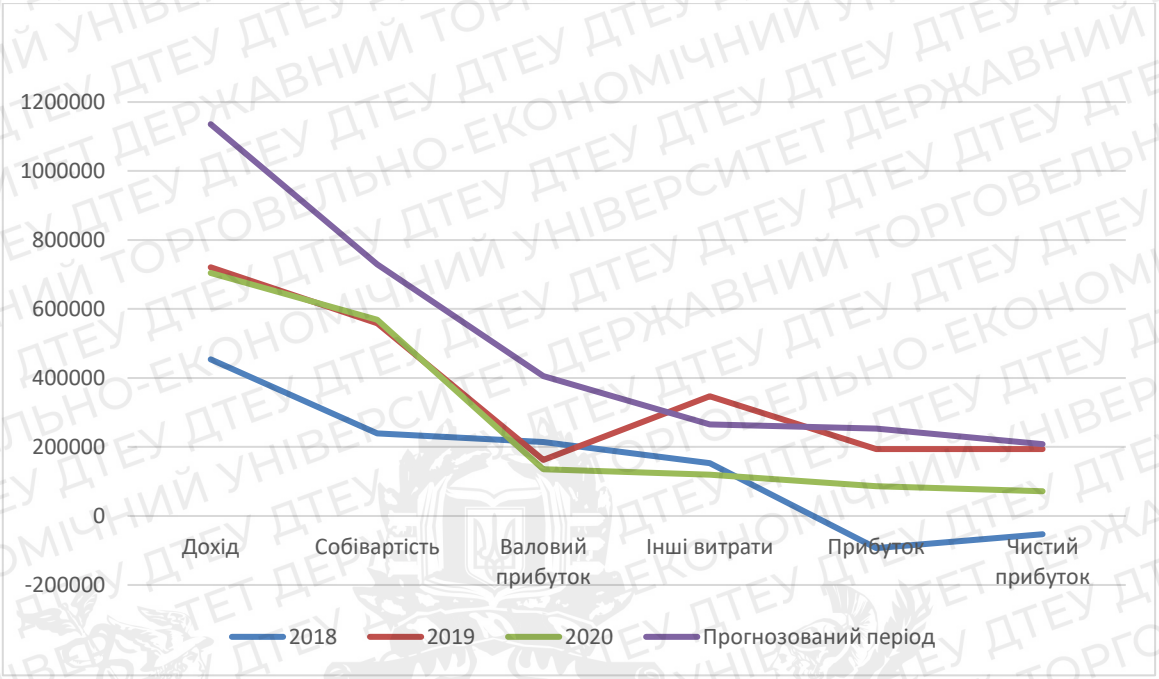

Рис. 2.3. Динаміка впливу запропонованих заходів на фінансові результати ТОВ «Ескадо-МС», тис.грн

Джерело: Складено автором

Чистий прибуток від операційної діяльності у прогнозованому періоді становитиме – 136 612 тис. грн, фінансовий результат до оподаткування – 166 600 тис.грн. Загалом підприємство одночасно з покращенням фінансових результатів діяльності реалізує стратегію підвищення конкурентоспроможності продукції при виході на ринок Великої Британії.

Додатково керівництву ТОВ «ЕСКАДО-МС» можна рекомендувати проведення наступних заходів:

1. На підприємстві в даний момент часу є достатньо коштів для подальшого розширення господарської діяльності і відповідно отримання додаткових власних коштів за рахунок збільшення чистого прибутку.

2. Необхідно застосовувати заходи по зниженню собівартості реалізованих товарів. Цього можна досягти також відкриттям власної торгової точки будівельних матеріалів, так як при збільшенні обсягу закупівель постачальниками надаються додаткові знижки до оптових цін.

3. Розширення переліку послуг дозволить розширити асортимент запропонованих послуг і збільшити прибуток. За рахунок зазначених заходів також знизиться собівартість.

Реалізація зазначеної програми вимагає розробки моделі оптимізації зовнішньоекономічних зв'язків компанії, на основі якої видається реальним реалізувати комплекс заходів щодо зниження собівартості реалізованих товарів за рахунок підвищення кваліфікації працівників компанії, технічної модернізації виробництва і виконання деревообробних робіт, більш широкого впровадження інновацій у всій сфери діяльності компанії, включно із застосуванням новітніх меблевих та дизайнерських технологій, підвищення продуктивності праці.

Проведені розрахунки показують, що реалізація програми розширення географії збуту та вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності компанії дозволить в найближчому періоді домогтися вищої рентабельності операцій, а в середньостроковому періоді (найближчі 3-4 роки) вийти на стабільно високий рівень рентабельності та ефективності експорту.

Висновки до розділу 2

Серед причин низької конкурентоспроможності продукції українських виробників меблів доречно відзначити: неспроможність українських підприємств відвойовувати та розширювати частку ринку, просувати продукти та задовольняти потреби споживача повною мірою. Також, не достатній стимул для підвищення якості продукції, розширення асортименту, оновлення виробничого обладнання, впровадження новітніх технологій виробництва, матеріально-психічний знос основних засобів і використовуваних технологій. Важливим питанням є необхідність узгодження українських стандартів, законодавства та нормативних актів з вимогами європейських стандартів, норм і правил та невизначеність джерел фінансування. Багато підприємств об’єктивно не бажають здійснювати технологічні перетворення, розвивати сучасні технології, розробляти нове

випробувальне обладнання, впроваджувати та сертифікувати систему управління якістю, оскільки це потребує великих коштів (інвестицій, кредитів тощо) та підтримки ринку країни в умовах нерозвинутого внутрішнього ринку та недостатньої внутрішньої конкуренції. Виробники недостатньо усвідомлюють переваги виробництва екологічно чистої продукції.

Одним з найважливіших напрямків в експорті меблів є співпраця з найбільшими світовими торговельними мережами. За останні роки підприємство налагодило роботу з рядом таких мереж в Україні. Пріоритетним напрямком на сьогодні є пошук таких партнерів та можливостей виходу на нові ринки. Перевагами цього напрямку експорту є довгострокові контракти і стабільні рівномірні обсяги.

У зв'язку з необхідністю реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності та збільшення ефективності ЗЕД ТОВ «ЕСКАДО-МС» і подальшого її розвитку пропонується розширити географію експорту до Великої Британії, також запропоновано дослідження особливостей ринку, попиту на ринку, потенційного експортного контракту, його економічної ефективності та рентабельності.

Успішна реалізація запропонованих заходів з експорту до Великої Британії дозволить ТОВ «Ескадо-МС» отримати у прогнозованому періоді 253 229 тис. грн прибутку до оподаткування і відповідно 208 277 тис. грн чистого доходу. У загальному запропонований захід дозволяє підвищити рентабельність експортної операції на 2%.

Такі показники забезпечать покращення загальної динаміки фінансових результатів підприємства, а саме вищі показники прибутку за рахунок зниження витрат. Після реалізації заходів чистий дохід у прогнозованому періоді складатиме 208 277 тис. грн., що є на 136 612 тис. грн вище за отриманий дохід у 2020 році.

ВИСНОВКИ

Різноманітність видів і форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств має сприяти підвищенню ефективності зовнішніх зв'язків держави в цілому. Це дозволить вирішити такі завдання, як збільшення валютних ресурсів і обсягів торгівлі, поліпшення структури експорту та імпорту, погашення зовнішніх боргів, розширення сфер співробітництва, залучення капіталу та технологій в країну.

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність являє собою сукупність методів і засобів торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва, валютно-фінансових і кредитних відносин із зарубіжними країнами.

1. Проведено аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС».

Можемо зробити висновок, що підприємство за останні роки скоротило свої витрати, проте скоротилися й доходи. Таким чином, у порівнянні з 2019 роком, чистий дохід ТОВ «Ескадо-МС» зменшився на 16501 тис. грн.

Однак у 2019 році підприємство зробило великий крок та збільшило обсяги чистого фінансового результату на 266861 тис. грн. Не значно за останній рік зросла лише собівартість продукції та вагомо зросли витрати на збут на 27 млн. грн.

Аналізуючи фінансову звітність на початок та кінець аналізованого періоду, можна побачити, що ТОВ «Ескадо-МС» станом на 31.12.2019 досягло зниження суми загальної дебіторської заборгованості та нарощує свої оборотні та необоротні активи. Отже, підприємство є прибутковим та має задовільний фінансовий стан, однак, існує проблема зменшення обсягу основних засобів, це пов’язано зі зношенням обладнання.

2. Проаналізовано організацію та особливості процесу здійснення експортних операцій на підприємстві.

ТОВ «ЕСКАДО-МС» є імпортозаміщуючим і експортоорієнтованим, в результаті діяльності якого обсяг реалізації імпортних корпусних меблів на внутрішньому ринку України зменшився, а український експорт – зріс. При цьому не відбувається тиску на інших вітчизняних виробників.

Таким чином, експортний потенціал ТОВ «ЕСКАДО-МС» можна оцінити як достатній з точки зору розширення ринків збуту меблевої продукції на світовому ринку.

3. Досліджено ефективність здійснення експортних операцій на підприємстві ТОВ «Ескадо-МС».

Товариство проводить активну зовнішньоекономічну діяльність. На сьогодні географія експорту налічує 12 країн. Найбільшими імпортерами меблевої продукції підприємства є Польща, Китай та Литва.

Проаналізувавши типовий експортний контракт з експорту продукції до Польщі можемо зробити висновок, що така операція є рентабельною, що свідчить про її детальну попередню оцінку та прорахунок.

Методика визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, здійснюваної ТОВ «ЕСКАДО-МС» свідчить про те, що вона може досить обгрунтовано використовуватися на практиці, тому що є простою та прийнятною для оцінки ефективності будь-якої операції, що здійснює підприємство у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

4. Український меблевий ринок - один з найбільш конкурентних: на ньому представлені як великі фабрики (серійні виробники), так і дрібні підприємці, які працюють за індивідуальними замовленнями. Потенціал розвитку галузі досить широкий, але попит на меблі в українців залишається на низькому рівні в порівнянні з європейськими країнами.

Отже, визначено такі напрями удосконалення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Ескадо-МС»:

1. співпраця з найбільшими світовими торговельними мережами;

2. розширення географії збуту та вихід на перспективний ринок Великобританії;

3. виділення спеціального підрозділу, покликаного забезпечувати здійснення планування виробництва, розробку стратегії і тактики, реклами, політики цін та дослідження потенційних ринків.

Розглянуто можливість експорту продукції до Великої Британії, оскільки на даний момент загальний обсяг імпорту меблів з України до Великобританії дуже невеликий. Однак він демонструє високі темпи зростання. А саме, за підсумками 2020 року приріст склав 35,8%.

У контексті незначного зростання загального імпорту меблів у країну ця позитивна тенденція свідчить про збільшення частки ринку меблів України у Великобританії.

5. Розроблено комплекс заходів щодо експорту меблів.

Пропонований підхід передбачає використання та покращення існуючих конкурентних переваг і вихід на ринок Сполученого Королівства з метою досягнення позитивних результатів вже у короткостроковій перспективі, розвитку довіри та зміцнення позицій українських виробників меблів. Відтак, стратегія для української меблевої галузі має три основні складові:

- Використання існуючих конкурентних переваг і ефективне використання сприятливих умов доступу до сировини, матеріалів та робочої сили у виробництві меблів.

- Вибір асортименту продукції, що користується попитом на потенційному ринку з огляду на розглянуті в розділі 2.1 тенденції.

- Вихід на «легші» ринки в Англії та інших країнах. Оскільки прямий доступ українських меблевиків на ринок готової продукції Сполученого Королівства видається надзвичайно амбітною ціллю, принаймні в короткостроковій перспективі, пропонований підхід передбачає вихід на європейських споживачів через європейських виробників та європейських рітейлерів. Наприклад, через бренд IKEA який в є дуже популярним в Великобританії, користується попитом та має велику довіру населення.

Першочерговим завданням ТОВ «ЕСКАДО-МС» на етапі розвитку є розширення і утримання існуючих ринків збуту своєї продукції. На основі

вищесказаного можна зробити висновок, що ЗЕД ТОВ «ЕСКАДО-МС» є досить успішною і розвиток в тому ж напрямку призведе до ще кращих фінансових результатів в майбутньому.

6. Оцінено ефективність та вплив запропонованих заходів на результати діяльності ТОВ «ЕСКАДО-МС».

Успішна реалізація запропонованих заходів з експорту до Великої Британії дозволить ТОВ «Ескадо-МС» отримати у прогнозованому періоді 253 229 тис. грн прибутку до оподаткування і відповідно 208 277 тис. грн чистого доходу. У загальному запропонований захід дозволяє підвищити рентабельність експортної операції на 2%.

Такі показники забезпечать покращення загальної динаміки фінансових результатів підприємства, а саме вищі показники прибутку за рахунок зниження витрат. Після реалізації заходів чистий дохід у прогнозованому періоді складатиме 208 277 тис. грн., що є на 136 612 тис. грн вище за отриманий дохід у 2020 році.

Також, одним з важливих напрямків в експорті меблів є співпраця з найбільшими світовими торговельними мережами та виділення спеціального маркетингового підрозділу, покликаного забезпечувати здійснення планування виробництва, розробку стратегії і тактики, реклами, політики цін та дослідження потенційних ринків. За останні роки підприємство налагодило роботу з рядом таких мереж. Перевагами цього напрямку експорту є довгострокові контракти і стабільні рівномірні обсяги.

Реалізація зазначеної програми вимагає розробки моделі оптимізації зовнішньоекономічних зв'язків компанії, на основі якої видається реальним реалізувати комплекс заходів щодо зниження собівартості реалізованих товарів за рахунок підвищення кваліфікації працівників компанії, технічної модернізації виробництва і виконання деревообробних робіт, більш широкого впровадження інновацій у всій сфери діяльності компанії, включно із застосуванням новітніх меблевих та дизайнерських технологій, підвищення продуктивності праці.

Проведені розрахунки показують, що реалізація програми розширення географії збуту та вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності компанії дозволить в найближчому періоді домогтися вищої рентабельності операцій, а в середньостроковому періоді (найближчі 3-4 роки) вийти на стабільно високий рівень рентабельності та ефективності експорту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Enterprise Europe Network. Брюссель, 2020. URL: https://een.ec.europa.eu (дата звернення: 13.10.2021)

2. Poland Furniture Consumer Market Outlook [Електронний ресурс] // Statista. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://www.statista.com/outlook/17000000/146/furniture/poland.

3. Furniture Market Size, Share & Trends Analysis Report By Material (Metal, Wood, Plastic, Glass), By End Use (Residential, Commercial), By Region (North America, Europe, APAC, MEA), And Segment Forecasts, 2018 – 2025 [Електронний ресурс] // Grand View Research, Inc.. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/furnituremarket

4. VisitBritain: The Official Tourism Website of Great Britain Лондон, 2021. URL: https://www.visitbritain.com/gb/ (дата звернення 17.10.2021).

5. Асоціація «Українська Асоціація Меблевиків». Київ, 2020. URL: https://uafm.com.ua (дата звернення: 18.06.2021)

6. Білик А. П. Меблева промисловість: аналіз умов праці та стан виробничого травматизму в галузі / А. П. Білик, Д. А. Футорний // Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. - 2015. - № 6. С. 89-92. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2015_6_20

7. Визначення країн у фокусі українського експорту: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GRMbDYgkaBOYRwU4I6tg8zUB5Eiiw8y8zks49 berrK0/edit?usp=sharing

8. Гайда С.В. Основи формування класифікатора вторинних деревинних ресурсів / С.В. Гайда // Наукові праці Лісівничої академії наук України. – 2013. – Вип. 11. – с. 209-216.

9. ГО «Спілка українських підприємців». Київ, 2021. URL: https://sup.org.ua/uk (дата звернення 20.09.2021).

10. Державна установа «Офіс з просування експорту України». Київ, 2021. URL: https://epo.org.ua/about/ (дата звернення: 08.10.2021).

11. Державне агентство лісових ресурсів України. Київ, 2021. URL: http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/index (дата звернення: 14.06.2021).

12. Д'яконова І. І. Міжнародні фінанси: навч. посіб. / І. І Д'яконова., М. І.Макаренко, Ф. О. Журавка та ін. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 548 с.

13. Економічні науки. Серія "Економіка та менеджмент": Збірник наукових праць. Луцький Національний Технічний Університет. – Випуск 8 (30). – Луцьк, 2011.

14. Експортна стратегія України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www. EXPORT_20pages_30_03_17_FIN.pdf

15. Експорт спростовує міфи: що показала торгівля з ЄС у 2019 році. https://www.eurointegration.com.ua/articles/2018/03/13/7078607/

16. Закон «Про єдиний митний тариф», ухвалений Верховною Радою України 5 лютого 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. - 1992. - 12 травня.

17. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" // Відомості Верховної Ради України. - 1999. - № 29. – с. 16.

18. Закон України "Про інвестиційну діяльність" // Відомості Верховної Ради України. - 2001. - № 3. – с. 19.

19. Закон України "Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків "Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка і сенсорна техніка, "Інститут електрозварювання імені С. О. Патона", "Інститут монокристалів" / www. rada. kiev.ua. – с. 22.

20. Закон України "Про стимулювання виробництва меблів". Офіційний вісник України. – 2004. - №42 - б. – с. 12.

21. Закон України " Про державну підтримку малого підприємництва "// Відомості Верховної Ради України, № 51-52, 2000. – с. 47.

22. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / Ю. Козак, О. Сукач, Д. Бурлаченко. – К.: ЦНЛ, 2020. – 268 с.

23. Інтернет-сервіс наукових публікацій та дослідження ринків Statista. Гамбург, 2021. URL: https://www.statista.com (дата звернення: 29.09.2021)

24. Кириченко О.А. Деякі аспекти входження України у світову господарську систему // Економіка України. - 2006. - № 7. – 32 с.

25. Кійко О.А. У пошуках принца або три історії про виробництво меблів в Україні / О.А. Кійко // Мебельное дело. – 2017. – № 1. – с. 16-19.

26. Кійко О. А. Проблеми інноваційної діяльності у меблевій промисловості України / Орест Антонович Кійко. // журнал «Про меблі». –№4 (29). – 2007.

27. Кійко О. А. Вибір шляху розвитку меблевої промисловості України / Орест Антонович Кійко. // журнал для виробників меблів «Меблеві технології». – №3 (34). – 2007.

28. Ковальчук Т. Промисловий маркетинг // Економіка України. - 2007. - № 8. - с. 69.

29. Кондратюк Т.О. Аналіз ринку меблів в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrnauka.com

30. Кредисов Р., Дерев'янко О. Конкурентоспроможність країни та стратегія просування її експорту на світовому ринку // Економіка України. - 2007.- № 5. – с. 54.

31. Міжнародні фінансові операції та експортний контроль: навч.посіб.: у 2 ч. /С.М. Подрєза, Г.С. Гуріна, О.М. Гришуткін .-К.: Зовнішня торгівля, 2016 .- Ч.1. – 328 с.

32. Митний кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17

33. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Т.М. Мельник, О.В. Дьяченко, О.В. Зубко ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 600 с

34. Опис представництва IKEA в Україні. Київ, 2020. URL: https://www.ikea.com/ua/uk/this-is-ikea/work-with-us/ikea-v-ukrayinipub5dbfbe01 (дата звернення: 29.11.2021).

35. Офіс з просування експорту: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://epo.org.ua]

36. Офіційний вебсайт Державної служби статистики України. Київ, 2021. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 26.08.2021).

37. Офіційний сайт Всесвітньої митної організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wcoomd.org

38. Офіційний сайт ТОВ «Ескадо-МС» [Електронний ресурс] : Режим доступу: https://www.escado.com.ua/ (дата звернення 17.05.2021)

39. Патіс В.Р. Без бережливого виробництва про європейські ринки годі й думати [Електронний ресурс] / Володимир Патіс // Меблеві технології. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://infomebli.com/a/4070dd31b4bf/volodymyr-patis.

40. Плоткін Я. Забезпечення конкурентоспроможності продукції // Економіка України. – 2006 - № 2 - 284 с.

41. Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 р. № 1017-р. Київ: Урядовий кур’єр, 2017.

42. Професійне інтернет-ЗМІ про архітектуру й дизайн інтер’єру FAQinDecor. Київ, 2021. URL: http://faqindecor.com (дата звернення: 23.10.2021)

43. Ростов Є. Ф. Економіка країн світу: Довідник. - К., 2006. – 243с.

44. Селінков С. Єдиний ринок ЄС: аспекти гармонізації // Економіка України. - 2005. - №3. - с. 47.

45. Статистика зовнішнього сектору, офіційний сайт НБУ. Київ, 2020. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=7693080 (дата звернення 24.11.2021).

46. Статут асоціації "Українська Асоціація Меблевиків" (нова редакція)

47. Стратегічний план 2018-2020 [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://sup.org.ua/uploads/pdf/Стратегічний%20план.pdf

48. [Електронний ресурс] // Асоціація "Українська Асоціація Меблевиків". – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://uafm.com.ua/wpcontent/uploads/2017/03/statut-uam-nova-redaktsiya.pdf.

49. Стратегічний план експорту для меблевих підприємств України [Електронний ресурс] // ГО "Спілка українських підприємців". – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://uafm.com.ua/wp-content/uploads/2018/07/sup-eksportna-strategiyadlya-meblevyh-kompanij.pdf.

50. Три найбільші бізнес-асоціації занепокоєні ходом судової реформи в Україні [Електронний ресурс] // Укрінформ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2799507-tri-najbilsibiznesasociacii-zanepokoeni-hodom-sudovoi-reformi-v-ukraini.html.

51. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб./ Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацька.- Київ: ЦНЛ, 2013. – 407 с.

52. Шваб К. М. Четверта промислова революція: як до неї готуватися (переклад) [Електронний ресурс] / Клаус Мартін Шваб // Національний університет біоресурсів і природокористування України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://web.archive.org/web/20161008190215/http://nubip.edu.ua/node/23076.

ДОДАТКИ

Додаток А.1

Таблиця А.1

Річна звітність ТОВ «Ескадо-МС» 2016-2020 рр.

		Фінансовий стан на кінець звітного року				
	Код рядка	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.
Актив						
І. Необоротні активи						
Нематеріальні активи:	1000	616	625	655	1747	1054
первісна вартість	1001	1607	1652	2156	7428	8186
накопичена амортизація	1002	991	1027	-1501	-5681	-7132
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0	199	61
Основні засоби:	1010	97940	95859	94759	88590	85108
первісна вартість	1011	176650	184618	193439	202643	206787
знос	1012	-78710	-88759	-98680	-114053	-121679
Інвестиційна нерухомість:	1015	4905	4573	4242	1584	973
первісна вартість	1016	8208	0	0	2501	1671
знос	1017	3303	0	0	917	698
Довгострокові біологічні активи:	1020	100684	98585	94384		0
первісна вартість	1021	0	0	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:						
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0	360130	442259
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	3672	44127	53161	0
Гудвіл	1050	0	0	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0	0	0
Усього за розділом І	1095	204145	203314	238167	452250	529455

Продовження табл. А.1

II. Оборотні активи						
Запаси	1100	302716	412825	516340	664338	675405
Виробничі запаси	1101	0	0	0	55686	47948
Незавершене виробництво	1102	0	0	0	575378	586956
Готова продукція	1103	0	0	0	32437	39886
Товари	1104	0	0	0	837	615
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0	0	0
Векселі одержані	1120	8115	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	243090	126848	218206	348279	374006
Дебіторська заборгованість за розрахунками:						
за виданими авансами	1130	24928	1593	6196	4615	2812
з бюджетом	1135	0	628	850	25871	3857
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	847	531	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0	324778	490011
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1952	2428	755	12135	11886
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	463	1700	1712	2521	284
Готівка	1166	0	0	0	47	51
Рахунки в банках	1167	0	0	0	2474	233
Витрати майбутніх періодів	1170	42	400	1588	1389	246
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0	0	0
у тому числі в:						
резервах довгострокових зобов’язань	1181	0	0	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	461	0	13408	9341	2704
Усього за розділом II	1195	581767	546422	759055	1393267	1561211
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	2888	3584	3236	28602	1891
Баланс	1300	788800	753320	1000458	1874119	2092557

Продовження табл. А.1

Пасив						
І. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	20327	20327	20327	20327	20327
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	4664	4650	4650	4649	4629
Додатковий капітал	1410	1564	1510	1469	5589	4777
Емісійний дохід	1411	0	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0	0	0
Резервний капітал	1415	27671	27671	27671	27671	27671
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	274227	276133	271043	402205	473870
Неоплачений капітал	1425	-50	0	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0	0	0
Усього за розділом І	1495	328403	330291	325160	460441	531274
ІІ. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	413	0	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	148408	146813	205207	303097	326659
Інші довгострокові зобов'язання	1515	49069	27558	4072	0	200668
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0	2397	1771
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0	0	0
Цільове фінансування	1525	16811	13896	10788	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0	0	0
Усього за розділом ІІ	1595	214701	188267	220067	305494	529098

Продовження табл. А.1

III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0	20000	19794
Векселі видані	1605	117326	117326	89283	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:						
за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0	177124	0
за товари, роботи, послуги	1615	72837	61467	193306	241751	133636
за розрахунками з бюджетом	1620	17745	10859	25947	22205	25570
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	471	659	3158	2297	572
за розрахунками з оплати праці	1630	2031	2476	3284	1904	1528
за одержаними авансами	1635	8	5653	351	634	839
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0	535528	728069
за страховою діяльністю	1650	0	0	0	0	
Поточні забезпечення	1660	2718	2595	2886	2991	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0	30	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	32560	33727	137015	106711	122177
Усього за розділом III	1695	245696	234762	455230	1108184	1032185
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0	0	0
Баланс	1900	788800	753320	1000457	1874119	2092557

Додаток А.2

Таблиця А.2

Фінансові результаті діяльності ТОВ «Ескадо-МС», 2016-2020 рр.

		Фінансовий стан на кінець звітного року				
	Код рядка	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.
І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ						
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	348555	193724	454022	720883	704382
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	0	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0	0	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0	0	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0	0	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0	0	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-165271	-52961	-239701	-558326	-568800
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0	0	0
Валовий: прибуток	2090	183284	140763	214321	162557	135582
Валовий: збиток	2095	0	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов’язань	2105	0	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0	0	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0	0	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0	0	0	0
Інші операційні доходи	2120	30587	6841	37510	235543	202995
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0	0	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0	0	0	0

Продовження табл. А.2

Адміністративні витрати	2130	-30337	-29917	-73187	-36993	-35131
Витрати на збут	2150	-75819	-61335	-75711	-71287	-98201
Інші операційні витрати	2180	-19094	-16925	-24413	-199785	-118616
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	0	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	0	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	88621	39427	78520	90035	86629
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0	0	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0	284489	82631
Інші фінансові доходи	2220	0	1260	13813	12	0
Інші доходи	2240	0	3339	3783	213089	69699
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	0	0	0
Фінансові витрати	2250	-39550	-35461	-35990	-45468	-47109
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	0	-1243	-502
Інші витрати	2270	0	-6060	-153263	-346844	-119683
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	49071	2505	0	194070	71665
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0	-93137	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	3254	755	40455	-99	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	0	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	45817	1750	0	194169	71665
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0	-52682	0	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД						
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0	0	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0	0	0	0

Продовження табл. А.2

Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0	0	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0	0	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0	0	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0	0	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0	0	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	45817	1750	-52682	194169	71665
ІІІ. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ						
Матеріальні затрати	2500	184410	121006	387754	660909	539285
Витрати на оплату праці	2505	38619	41866	46238	29383	27809
Відрахування на соціальні заходи	2510	14303	14266	16207	9595	7508
Амортизація	2515	19751	20076	22715	18294	12834
Інші операційні витрати	2520	7940	76638	118626	190666	143222
Разом	2550	265023	273852	591540	908847	730658

Додаток Б

К О Н Т Р А К Т № PL34

м.Біла Церква *«19» березня* 2020р.
(Україна)

Товариство з обмеженою відповідальністю «Ескадо-МС»
09100, Україна, Київська обл., місто Біла Церква, вул. Сухоярська, будинок 16, офіс 303

в особі директора Козленка Олександра Сергійовича, який діє на підставі статуту, іменована надалі «Продавець», з одного боку, та

ПрАТ «Fabryka Mebli Taranko»
14-300, Польща, Вармінсько-Мазурське воєводство, м. Моранг, вул. Пшемислова 21Б

в особі Голови правління Олександра Таранко та Директора з логістики та закупівель Агати Залуги, що діють разом на підставі Рішення правління (Протокол №АТ-9 від 01 лютого 2016 року), іменовані надалі «Покупець», з іншого боку, далі іменовані «Сторони », уклали цей Контракт про наступне:

1. Предмет контракту

1.1. Продавець зобов'язується продати, а Покупець оплатити та прийняти у власність наступний Товар:
меблі скляні.

1.2. Специфікація Товару передбачена в Додатку №1 до цього Контракту.
1.3. Додаток №1 є невід'ємною частиною цього Контракту.
1.4. Сума контракту становить:
євро 12 097 (дванадцять тисяч дев’яносто сім євро, 00 євроцентів).

2. Ціна Товару

2.1. Ціни остаточні і не підлягають зміні.
2.2. Загальна вартість включає в себе:
вартість Товару, вартість упаковки, маркування, запобігання товару від пошкоджень, витрати по сертифікації Товару, оформлення всіх необхідних товаросупровідних документів, завантаження на борт транспортного засобу, вартість митних процедур в країні Продавця, вартість страховки і доставки до заводу Покупця.

C O N T R A C T No. PL34

Bila Tserkva March 19th, 2020
(Ukraine)

Escado-MS Limited Liability Company
09100, Ukraine, Kiev region, Bila Tserkva city, street Sukhoyarskaya, house 16, office 303

Represented by director Mr. Kozlenko Alexander Sergeevich operating pursuant to the statute, hereinafter referred to as the «Seller» from one side, and
CJSC “Fabryka Mebli Taranko”
Street Przemyslowa 21B, 14-300 Morag, Warmian-Masurian Voivodeship, Poland

represented by Mr. Aleksander Taranko, the Chairman of the Management Board and Mrs. Agata Zaluga, the Director on logistics and purchases, acting together on the basis of the Decision of the Management Board (Minutes No.AT-9 dated February 01, 2016), hereinafter referred to as the ‘Buyer ” on the other part hereinafter referred to as “Parties”, have concluded the contract on the following:

1. Subject of the Contract

1.1. The Seller is obligated to sell, and the Buyer to pay and accept as a property the following Goods:
glass furniture.

1.2. Specification of the Goods is stipulated in the Enclosure No.1 to this Contract.
1.3. Enclosure No.1 makes an integral part of the present Contract.
1.4. The total value of the contract amounts to
euro 12 097 (twelve thousand ninety-seven euro, 00 eurocents).

2. Price of Goods

2.1. The prices are firm and are not the subject of any alterations.
2.2. The prices shall include:
cost of the Goods, cost of packing, marking, goods preservation from damages, expenses related to certification of the Goods, expenses related to the drawing up of shipping documents, loading of the goods on the board of vehicle, the costs of custom procedures in the Seller’s country, cost of insurance and delivery to the Buyer’s plant.

3. Умови оплати

3.1. Валюта контракту – Євро. Оплата за Товар здійснюється в Євро.

3.2. Грошові кошти в розмірі 100% від вартості товару, будуть перераховані на розрахунковий рахунок Продавця банківським переказом через 60 (шістдесят) днів після отримання Товару на склад Покупця.

3.3. Датою оплати вважається дата списання грошових коштів з розрахункового рахунку Покупця.

3.4. Комісійні банку, включаючи комісійні банкам - кореспондентам, оплачуються Продавцем.

4. Умови поставки Товару

4.1. Товар поставляється на умовах CIP / Мораг / склад Покупця, згідно Інкотермс 2020.

4.2. Товар повинен бути повністю поставлений до 13.04.2020.

4.3. Часткові поставки дозволені за письмовим запитом Покупця.

4.4. Право власності на Товар переходить Покупцю після отримання Товару на його складі в смт.Гостомель (Україна).

5. Упаковка та маркування

5.1. Товар поставляється в упаковці, яка повинна забезпечувати повне збереження Товару і охороняти товар від пошкодження при транспортуванні усіма видами транспорту з урахуванням перевалок, а також охороняти товар від атмосферних впливів.

5.2. Продавець несе повну відповідальність за будь-яке пошкодження або втрату Товару, якщо таке пошкодження або втрата викликані невідповідною або неповноцінною упаковкою.

6. Якість і технічні характеристики товару

6.1. Продавець гарантує високу якість Товару, а також його відповідність специфікації, зазначеної в Додатку №1 до цього Контракту.

6.2. У разі невідповідності Товару специфікації Контракту, Сертифікату відповідності та / або наявності в Товарі дефектів, Продавець гарантує протягом 30 днів за свій рахунок усунути ці дефекти або замінити дефектні частини новими та зобов'язується оплатити доставку до складу Покупця.

7. Права та обов'язки Сторін

7.1. Продавець зобов'язаний:

3. Terms of payment

3.1. Contract currency – Euro.The payment for the Goods sold shall be made in Euro.

3.2. The monetary funds, which amount 100% of the cost of the Goods shall be transferred to the Seller's settlement account by bank transfer in 60 (sixty) days after receiving the Goods to the Buyer's warehouse.

3.3.The date when the monetary funds are written-off from the Buyer's settlement account shall be deemed the payment date.

3.4. Bank fees, including fees to Correspondent banks are paid by the Seller.

4. Delivery terms

4.1. The Goods are delivered on CIP /Morag/ Buyer's warehouse terms, according to Incoterms 2020.

4.2. The Goods have to be delivered till 13.04.2020.

4.3. Upon written request by the Buyer, partial shipments are allowed.

4.4. The rights to the property carry over to the Buyer upon receipt the Goods to his warehouse in Gostomel settlement (Ukraine).

5. Packing and marking

5.1. The package of the Goods should provide their full preservation and protect the Goods from the damage, which can occur while Goods transportation by all means of transport, including loading/unloading of the Goods, and protect them from the atmospheric condensation.

5.2. The Seller is fully responsible for any damage or loss of the Goods, if such damage or loss was caused by improper or invalid packaging and marking.

6. Quality and technical characteristics of the Goods

6.1. The Seller guarantees high quality of the Goods, as well as their correspondence to the Specification, described in the Enclosure 1 to this Contract.

6.2. In case of contradictions between Goods and the Specification of the Contract, Certificate of Quality and/or defects of the Goods, the Seller guarantees to eliminate such defects or to replace defective parts with new ones on his account within 30 days and is obliged to pay cost for delivery to Buyer's warehouse.

7. Parties' rights and obligations

7.1. The Seller shall be obliged:

7.1.1. To transfer to the Buyer the Goods of a proper

7.1.1. Передати Покупцю Товар належної якості та в обумовленому цим контрактом кількості.
7.1.2. Забезпечити доставку на умовах зазначених в п.4.1. цього Контракту.
7.1.3. Перед відвантаженням вислати Покупцеві електронною поштою **mebletaranko@mebletaranko.pl** повідомлення про готовність товару до відправки і копії відвантажувальних документів, а саме:
- Рахунок
- Пакувальний лист
- Сертифікат походження
- Сертифіка якості
- Товарно-транспортну накладну
- Експортну декларацію.

Продавець надає разом з поставкою оригінали вищезазначених документів на відвантаження.
7.1.4. У день відвантаження повідомити Покупцеві про відвантаження Товару на адресу Покупця.
7.2. Покупець зобов'язаний:
7.2.1. Забезпечити розвантаження і приймання Товару за кількістю та якістю протягом 3 (трьох) діб з моменту його надходження на склад Покупця.

7.2.2. Повідомити Продавцю про помічені під час приймання або в процесі експлуатації недоліки проданого Товару, а також надати Акт про невідповідність Товару, складений службою Покупця, що виявила дефект, за підписом Директора з виробництва/ Технічного директора.
7.2.3. Оплатити куплений Товар в терміни, встановлені в розділі 3 цього Контракту.
7.3. Покупець, якому переданий Товар неналежної якості, має право за своїм вибором вимагати від Продавця:
- Безкоштовної заміни дефектів частини Товару;
- Заміни Товару на Товар належної якості протягом 60 (шестидесяти) днів від дати подання претензії;

7.4. Покупець має право пред'явити вимогу у зв'язку з недоліками Товару, при виявленні недоліків протягом гарантійного терміну.

8. Гарантійний термін

8.1. Продавец гарантує високу якість товару.
8.2. Гарантійний термін на Товар становить 36 місяців з приймання Товару, але не більше 18 місяців з дати відвантаження, протягом якого Покупець має право пред'явити претензії щодо якості Товару, в разі

quality and in the quantity stipulated in this Contract.
7.1.2. To provide the Goods to be delivered on the terms mentioned in point 4.1. of this Contract.
7.1.3. Before the dispatch, to send by e-mail **mebletaranko@mebletaranko.pl** notification about the readiness of the Goods for shipment and copies of the shipping documents as follows:
- Invoice
- Packing List
- Certificate of origin
- Certificate of Quality
- Air Way bill
- Export declaration.

The Seller will supply with the delivery the originals of the aforementioned shipping documents.
7.1.4. On the shipment date to notify the Buyer of the Goods shipment to the Buyer's address.
7.2. The Buyer shall be obliged:
7.2.1. To provide the sold Goods to be unloaded and accepted pursuant to the quality and quantity within 3 (three) days from the moment of its entry to the buyer's warehouse.
7.2.2. To notify the Seller of the Goods defects, revealed when accepting thereof, or in the course of the exploitation of the Goods as well as to send the related Reclamation to the Seller issued by the Buyer's responsible services and signed by Production Director/ Technical Director.
7.2.3. To pay for the purchased Goods within the deadline specified in chapter 3 of this Contract.
7.3. The Buyer, to which the Goods of improper quality were transferred, shall be entitled at its own option to require that the Seller:
- Replace faulty Goods free of charge;
- Replace the Goods with the Goods of a proper quality within 60 (sixty) days from the date of the claim;

7.4. The Buyer shall have the right to make claims related to the defected Goods when revealed within the warranty period.

8. Warranty period

8.1. The Seller guarantees high quality of the Goods.
8.2. The guarantee period for the Goods shall be 36 months from acceptance date, however latest 18 months from shipment date during which the Buyer shall have the right to make claims on quality of the Goods, in case the quality does not comply with the Chapter 6 of this Contract.

невідповідності Товару вимогам розділу 6 цього Контракту.
8.3.При виявленні будь-яких дефектів під час гарантійного терміну, Покупець повинен негайно проінформувати Продавця електроною поштою протягом 24 годин. У разі, якщо консультаційний сервіс Продавця не розв'язав проблему по телефону / єлектроною поштою, Продавець зобов'язаний протягом 3 днів відрядити своїх фахівців на завод Покупця для перевірки роботи забракованної частини і для усунення цих дефектів на прохання Покупця. Продавець зобов'язаний замінити дефектні частини на нові в можливі найкоротші терміни.
Всі витрати, пов'язані з виконанням претензії, та усуненням дефектів відносяться на рахунок Продавця, за умови, що такі дефекти сталися не з вини Покупця.

9. Відповідальність сторін

9.1. За несвоєчасну поставку Товару Продавець сплачує Покупцю штраф в розмірі 2% від загальної вартості Контракту за кожний послідуючий тиждень прострочення, але не більше 8% від загальної вартості Контракту. Нарахування штрафних санкцій з 13.04.2020.
9.2. Продавець відповідає за недоліки Товару, якщо не доведе, що недоліки Товару виникли після його передачі Покупцеві внаслідок порушення Покупцем правил користування Товаром або його зберігання.

9.3. У разі якщо серед документів, які супроводжують поставку, немає оригіналу Сертифіката походження, то Продавець сплачує Покупцю штраф 3% від загальної вартості Товару.
9.4. У разі, якщо відвантажувальні документи (рахунок-фактура і пакувальний лист), оформлені некоректно, що може вплинути або ускладнити митну очистку Товару, Продавець оплачує Покупцеві пеню в розмірі 3% від вартості контракту за кожний неправильно оформлений документ. Перелік необхідної інформації в документах:
Пакувальний лист
1. Посилання на номер і дату контракту
2. Вага нетто кожної позиції
3. Загальна вага Товару - нетто і брутто
4. Тип упаковки для піддонів та ящиків (дерев'яний, картонний, гратчастий)
5. Кількість ящиків
6. Розмір кожного пакувального місця

8.3. Should any defects be discovered within the warranty period, the Buyer shall notify the Seller as fast as possible by e-mail about such defects during 24 hours. In case consultant service of the Seller by phone/e-mail does not solve the problem, the Seller undertakes to send his specialists within 3 days to the Buyer's site for checking the operation of the faulty parts and for elimination of these defects on the Buyers request. The Seller is obligated to replace the defected parts with new ones as soon as possible.

All expenses connected with the claim and with the elimination of the defects are borne by the Seller if these defects are not the Buyers fault.

9. Parties' responsibility

9.1. The Seller shall pay to the Buyer a penalty in the amount of 2% of the total contract value for each commencing week of week of delay, but not more then 8% of the total contract amount. Penalties starting from 13.04.2020.

9.2. The Seller shall be responsible for the shortage of the Goods, if it fails to prove that such shortage of the Goods have arisen after its transfer to the Buyer due to the Buyer's breach of the rules for use or storage of the Goods.
9.3. In case there is no original of Certificate of origin among the documents with the delivery, the Seller will pay to the Buyer the fine in the amount of 3% of the total value of the Goods.
9.4. In case the shipping documents, (invoice and packing list) are not properly set up and affect or prevent customs clearance procedures, the Seller shall pay of 3% of the total value of the Contract for each incorrect document.
The list of required data in the documents:

Packing list
1. Reference to contract No and date of the contract
2. Net weight of each individual part
3. Total gross and net weight of the Goods
4. Type of package for pallets and boxes (wooden, carton or framed box)
5. Quantity of boxes
6. Size of each package

Invoice
1. Invoice number and date of issuing
2.Reference to contract No and date of the contract

Рахунок-фактура
1. Номер рахунку і дата його виписки
2. Посилання на номер і дату контракту
3. Загальна назва Товару (Предмет контракту)
4. Ціна за одиницю і загальна вартість Контракту (повна ідентичність прайс-листу контракту)
5. Умови поставки
6. Умови оплати
7. Замовлена кількість
8. Країна походження.

Подібне застосовується до технічної документації, інструкцій з експлуатації, каталогам і кресленнями, якщо вони не отримані Покупцем за тиждень до відвантаження Товару.
У разі, якщо всі інші документи, необхідні згідно Українського Законодавства, які перераховані в параграфі 7.1.3., оформлені некоректно, Продавець зобов'язується оплатить фактичну суму штрафу після отримання від Покупця відповідного рахунку-фактури. Покупець має право зменшити на цю суму будь-який платіж на користь Продавця.
9.5. За письмовим запитом Покупця Продавець зобов'язаний надати прайс лист і калькуляцію ціни Товар переліченої в специфікації до контракту.

10. Форс-мажор

10.1. Якщо відправка вантажу буде затримана з причин форс-мажору, Продавець повинен проінформувати Покупця по факсу не пізніше ніж через 2 (два) робочі дні з дня виникнення форс-мажорних обставин. Про відновлення нормальних обставин Продавець повинен проінформувати Покупця по факсу не пізніше ніж через 2 (два) робочі дні з дня виникнення відновлення нормальних обставин. На вимогу Покупця Продавець повинен надати докази форс-мажору (наприклад довідку (листа) із Торгово-промислової палати).
10.2. У разі форс-мажору узгоджені дати будуть відкладені на відповідний період. Якщо виконання контракту затримано через форс-мажорні обставини на більше ніж 3 (три) місяці, обидві сторони повинні узгодити нові умови відповідно з виниклими обставинами.
10.3. Форс-мажорними обставинами вважаються: крах поїздів, серйозні пожежі, вибухи, війни в будь-якій формі, повстання, страйки, а також всі інші серйозні події, які визнаються як форс-мажор відповідальним арбітражним судом або Торгово-промисловою палатою.

3.General name of the Goods (Subject of the contract)
4.Unit price and total amount of the Goods (full correspondence to Price list of the Contract)
5.Terms of delivery
6.Terms of payment
7.Ordered quantity
8.Country of origin.

The same applies for the technical documentation, manuals, catalogus and drawings if they are not received one week proir to shipment of the Goods.
For all other incorrect documents mentioned in paragrapth 7.1.3. requested by the Ukrainian Law the Seller shall pay the actual fine against presentation of the actual invoice. The Buyer has the right to deduct the corresponding amount directly from the invoice of the Seller.
9.5. Upon written request of the Buyer, the Seller is obliged to provide the price list and and cost calculation of the Goods listed in specification of the Contract.

10.Force-Majeure Circumstances

10.1. If the shipment will completely or partly be prevented out of reasons of a Force Major, the Seller is obliged to inform the Buyer by fax no later than 2 (two) days after these circumstances appeared. The re-establishment of the normal circumstances has to be communicated to the Buyer no later than 2 (two) days after these circumstances reestablished. Upon request of the Buyer, the Seller has to furnish proof of the Force Major (e.g. information (letter) from Chamber of commerce and industry).
10.2. In case of a Force Major the dates agreed upon will be postponed by an equal period. Should the performance of the contract be delayed for reasons of Force Major by more than 3 (three) months, both parties will agree new conditions with respect to the new given circumstances.
10.3. Cases of Force Major are nature of train catastrophes, serious fire, explosions, war in every form, revolts, strikes as well as other serious events which are accepted as Force Major by the responsible arbitration court or Chamber of Commerce and Industry.

11. Arbitration

11.1. All disputes and differences which may arise out of the present Contract will be settled as far as possible

11. Арбітраж

11.1. Всі суперечки і розбіжності, які можуть виникнути з даного Контракту, будуть, по можливості, вирішуватися шляхом переговорів між сторонами.

11.2. Будь-який спір, що виникає за цим Контрактом або в зв'язку з ним, підлягає передачі на розгляд і остаточне вирішення в Міжнародному комерційному арбітражному суді при Торгово-промислової палаті України.

11.3. Сторони згодні з тим, що в процесі розгляду і вирішення спору буде застосовуватися регламент Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торгово-промисловій палаті України. Кількість арбітрів – один.

11.4. В Міжнародному комерційному арбітражному суді застосовується матеріальне право України і використовується англійська мова.

11.5. Місцем арбітражу буде м. Київ, Україна.

12. Загальні умови

12.1. Контракт набуває чинності з дати його підписання обома сторонами і діє до 31.12.2020 року та в будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань за цим Контрактом.

12.2. Справжній Контракт укладається в 2 (двох) примірниках українською та англійською мовами, при цьому обидва тексти є автентичними. У разі виникнення розбіжностей текст англійською мовою превалює.

12.3. Всі зміни і доповнення до цього контракту дійсні лише в тому випадку, якщо зроблені в письмовій формі і підписані обома сторонами.

12.4. Сканована копія даного контракту вважається юридично дійсною.

13. Юридичні і банківські реквізити сторін

ПРОДАВЕЦЬ
Товариство з обмеженою відповідальністю «Ескадо-МС»
09100, Україна, Київська обл., місто Біла Церква, вул. Сухоярська, будинок 16, офіс 303
Рахунок № 26004439062
АТ «Райфайзен Банк Аваль»
Swift code: AVALUAUK
Адреса банку: вул. Лєскова 9, Київ 01011, Україна

ПОКУПЕЦЬ
ПрАТ «Fabryka Mebli Taranko»

by means of negotiations between the Parties.

11.2. Any dispute arising out of or in connection with this Contract should be submitted for settlement to International Commercial Arbitration Court at the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry.

11.3. Both Parties agree that the Rules of Procedure of International Commercial Arbitrage in Ukrainian Chamber of Commerce and Industry should be used during an arbitration process. The quantity of arbitrators shall be one.

11.4. Both Parties agree that Ukrainian Substantive Law and English language should be used during an arbitration process.

11.5. The place of arbitration – Kyiv, Ukraine.

12. General conditions

12.1. The Contract becomes effective from the date of its signing by both parties and valid till 31.12.2020, but anywhere till the full execution of the obligations by the Parties.

12.2. The present Contract is made in 2 (two) copies each in the Ukrainian and English languages, both texts are authentic. In case of disputes English text prevails.

12.3. All amendments and additions to this Contract are valid only if made in writing and signed by both parties.

12.4. Scan copy of this contract is considered to be valid.

13. Legal addresses and bank details of the parties

THE SELLER
Escado-MS Limited Liability Company
09100, Ukraine, Kiev region, Bila Tserkva city, street Sukhoyarskaya, house 16, office 303
Account No. 26004439062
Bank: "Raiffeisen Bank Aval" JSC
Swift code: AVALUAUK
Adress: 9, Leskova Str., Kiev 01011, Ukraine

THE BUYER
CJSC "Fabryka Mebli Taranko"
Street Przemyslowa 21B, 14-300 Morag, Warmian-

вул. Пшемислова 21Б, м. Моранг 14-300,
Вармінсько-Мазурське воєводство, Польща
Рахунок № 26004439062
АТ «РЕКАО»
Swift code: PEKAOPL
Адреса банку: вул.Гжибовська, 53/57
Варшава 00-950, Польща

ПОКУПЕЦЬ/THE BUYER

_____Таранко О./Mr. Aleksander Taranko
Голова правління/
Chairman of the Management Board

_____Агата Залуга /
Mrs.Agata Zaluga
Директор з логістики та закупівель/
Director on logistics and purchases

Masurian Voivodeship, Poland
Account No. 26004439062
Bank: "PEKAO" JSC
Swift code: PEKAOPL
Adress: 53/57 Grzybowska Street
Warsaw 00-950, Poland

ПРОДАВЕЦЬ/THE SELLER

_____Mr. Kozlenko
Alexander Sergeevich
Директор/Director